

**DISEÑO DE EXPERIENCIAS SENSORIALES LÚDICO-DIDÁCTICAS
PARA EL JARDÍN DE LA U.A.O**

**WILLIAM ANDRES CORDOBA GARCÉS
ANDRÉS PEDROZA SALAS**

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
SANTIAGO DE CALI
2007**

**DISEÑO DE EXPERIENCIAS SENSORIALES LÚDICO-DIDÁCTICAS
PARA EL JARDÍN DE LA U.A.O**

**WILLIAM ANDRES CORDOBA GARCÉS
ANDRÉS PEDROZA SALAS**

**Trabajo de grado para optar al título de
Diseñadores de la Comunicación Gráfica**

**Director
RICARDO CASTRO
Diseñador Visual**

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
SANTIAGO DE CALI
2007**

Nota de Aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Diseñador de la Comunicación Gráfica.

DG. NATALIA CALDERÓN
Jurado

DR. BEATRIZ ROA
Jurado

Santiago de Cali, 01 de Febrero de 2007

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	9
1. MARCO INVESTIGATIVO	10
1.1 PLANTEAMIENTO	10
1.2 FORMULACIÓN	10
1.3 SISTEMATIZACIÓN	11
2. OBJETIVOS	12
2.1 OBJETIVO GENERAL	12
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	12
3. JUSTIFICACIÓN	13
4. METODOLOGÍA	14
5. MARCOS DE REFERENCIA	17
5.1 MARCO TEÓRICO	17
5.1.1 Diseño de experiencia	21
5.1.2 Diseño señalético	24
5.1.3 Diseño de información	33
5.1.4 Públicos	36
5.2 MARCO CONTEXTUAL	38
5.3 MARCO CONCEPTUAL	43
6. PROCESO CREATIVO	48
7. CONCLUSIONES	99
BIBLIOGRAFÍA	100

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Esquema metodológico	14
Tabla 2. Cronograma	15
Tabla 3. Fases de una experiencia	22
Tabla 4. Dominios del diseño de experiencias	23
Tabla 5. Características de la comunicación señalética	28
Tabla 6. Esquema de aproximación a la información	34
Tabla 7. Tipos de público	37
Tabla 8. Composición cromática	59
Tabla 9. Mapa conceptual de señales	61

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Plano zonificado según las áreas	50
Figura 2. Zona 1	51
Figura 3. Zona 2	52
Figura 4. Zona 3	52
Figura 5. Zona 4	53
Figura 6. Tipografías elegidas	60
Figura 7. Pictogramas	61
Figura 8. Señales informativas de ubicación general	62
Figura 9. Señales informativas puntuales-didácticas	63
Figura 10. Señales de orientación	65
Figura 11. Módulo tacto	66
Figura 12. Módulo gusto	67
Figura 13. Módulo olfato	68
Figura 14. Módulo visión	69
Figura 15. Módulo auditivo	70
Figura 16. Detalle 1	71
Figura 17. Detalle 2	72
Figura 18. Detalle 3	73
Figura 19. Detalle 4	74
Figura 20. Detalle 5	75
Figura 21. Detalle 6	76
Figura 22. Lona de señal informativa y ubicación general	78
Figura 23. Plano de ubicación general mostrado en la señal anterior	79

Figura 24. Lona señal informativa puntual didáctica	79
Figura 25. Lona de señal informativa puntual didáctica (familias)	80
Figura 26. Lona módulo interactivo tacto	81
Figura 27. Lona módulo interactivo gusto	82
Figura 28. Lona módulo interactivo olfato	83
Figura 29. Lona módulo interactivo visión	84
Figura 30. Lona módulo interactivo audición	85
Figura 31. Señal de orientación	86
Figura 32. Planos de recorridos	87
Figura 33. Plegable impreso	88
Figura 34. Plano de localización de zonas de estar	89
Figura 35. Plano de localización de señales	90

RESUMEN

El ser humano debido a su condición morfológica esta regido por diferentes dimensiones como lo son el tiempo y el espacio, es en estos, donde desarrolla todas sus labores cotidianas y es bajo este principio que siempre ha buscado la manera de ubicarse en él, colocando señales y marcas de identificación para así poder tener una mejor manera de comprender su entorno.

La comunicación señalética nos brinda la posibilidad de ubicarnos en el espacio y poder desenvolverlos en él de una manera más rápida y segura, logrando cumplir nuestro objetivo dentro de dicho contexto.

Para lograr hacer un sistema señalético se requiere un estudio previo del espacio a tratar para así poder determinar cual es la mejor solución que se le pueda brindar a este problema. Este trabajo presenta cómo es realizado un estudio previo del campus de la Universidad Autónoma de Occidente más exactamente en su jardín para no solo ubicar a los usuarios dentro del campus, sino también crear toda una experiencia sensorial lúdico-didáctica y crear un sentido de pertenencia de los usuarios que son: la comunidad universitaria y la comunidad en general.

Este sistema busca mejorar el campus universitario de una manera estética y funcional, para mejorar la calidad de vida dentro del mismo, brindando información relevante acerca del jardín de una manera diferente, entretenida para poder llegar a la mente de los usuarios e impregnarles ese valor agregado por el que la universidad vela día tras día, embelleciéndolo y cuidándolo de una manera óptima el arboretum.

INTRODUCCIÓN

Desde el inicio como especie racional, los seres humanos han aprendido a relacionarse con el entorno, a vivir por los 5 sentidos, que aunque no son muy sofisticados en comparación con otros animales, brindan suficiente información para haber escalado hacia la posición más alta como especie dominante.

Los sentidos y el cerebro permiten establecer una relación con los objetos del mundo, creando un vínculo directo que se guarda en la memoria: lo que llamamos experiencias, esto nos ha permitido aprender sobre el entorno y como podemos aprovecharlo para nuestro beneficio.

Nuestros ancestros captaron la esencia de la comunicación visual al crear símbolos y signos semánticos que influían en los comportamientos, esto evoluciono paralelamente con las civilizaciones para regular los flujos de personas en sus entornos y a su vez educar la gente.

En esta época moderna, llena de avances tecnológicos y grandes metrópolis nos encontramos con una población saturada de mensajes. Esto hace que los mensajes que sean enviados de una manera convencional, no tengan el impacto necesario para ser percibidos, para esto tenemos que; de una manera didáctica y lúdica emitir el mensaje para impactar y de esa manera generar una experiencia.

1. MARCO INVESTIGATIVO

1.1 PLANTEAMIENTO

El jardín botánico de la U.A.O ha sido un distintivo de las otras universidades de la ciudad de Cali a nivel ambiental, ya que fue creado con base a conceptos estéticos-ornamentales para adecuar el campus con tranquilidad y serenidad, pero lastimosamente muy pocas personas de la comunidad universitaria disfruta de éste valor agregado de manera óptima. Conociendo la problemática del jardín se propone crear una experiencia sensorial lúdico-didáctica y con base al diseño señalético y el diseño de información para que en conjunto capturen la atención de la comunidad en general y tengan una experiencia positiva que genere sentido de pertenecía por la universidad.

1.2 FORMULACIÓN

Cómo diseñar una experiencia sensorial lúdico-didáctica con base en el diseño de información (D.I.) y a la gráfica del entorno (G.E.) para crear recorridos por el jardín de la U.A.O?

1.3 SISTEMATIZACIÓN

- Cómo diseñar una experiencia sensorial lúdico-didáctica con base al D.I. y la G.E.?
- Cuales serán los criterios que se manejarán para determinar los recorridos dentro del Jardín?
- Qué criterios y nociones del diseño de la información y las relaciones con el contexto son necesarios para una optima comunicación con el usuario?
- Que elementos de la grafica del entorno relacionado con el diseño de información permite materializar el proyecto?
- En que aspectos se potencializará la imagen corporativa de la universidad gracias a la implementación del proyecto?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar una experiencia sensorial lúdico-didáctica con el concurso del diseño de la información y la G.E que generen recorridos (didácticos) y experiencias lúdicas (Módulos interactivos) en el jardín botánico de la U.A.O?

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Crear el contexto para que se entienda el por qué el diseño de una experiencia sensorial lúdico-didáctica.
- Definir que tipo de experiencias se pueden implementar en el sistema de gráfica del entorno para el manejo de públicos.
- Definir los criterios de cómo se conforman y funcionan los recorridos del jardín de la U.A.O.
- Definir los elementos conceptuales y morfológicos del diseño del proyecto para el jardín botánico de la U.A.O. para que, comunicativamente, se relacione de forma óptima con el usuario.
- Definir los aspectos que se relacionan para potencializar con el proyecto del diseño de experiencias sensoriales lúdico-didácticas como otro atributo de la imagen corporativa de la U.A.O.

3. JUSTIFICACIÓN

Desde la creación del campus de Valle del Lili de la U.A.O en el año 1999 la institución siempre se ha preocupado por tener un jardín con propiedades únicas y originales en cuanto a variedad de plantas, texturas, colores, olores etc. En la universidad también se han preocupado por la conservación del mismo en condiciones óptimas, para crear un ambiente universitario sensorialmente agradable y dar un valor agregado a sus estudiantes y a su vez crear el reconocimiento hacia la universidad por tener uno de los mejores jardines en un campus universitario.

Infortunadamente muy pocas personas de la comunidad universitaria conocen y/o valora el gran esfuerzo que la universidad realiza por tener los jardines en un óptimo estado para ser disfrutados, muchas personas desconocen la gran variedad de flora que existe en este jardín y es por ésta razón que diseñamos una experiencia sensorial lúdico-didáctica basada en la G.E. (señalética) y el diseño de información para que no solo se informen de su existencia, sino que también se apropien de él y lo disfruten, pero que a la vez aprendan de la flora que posee nuestro campus.

4. METODOLOGÍA

Tabla 1. Esquema metodológico.



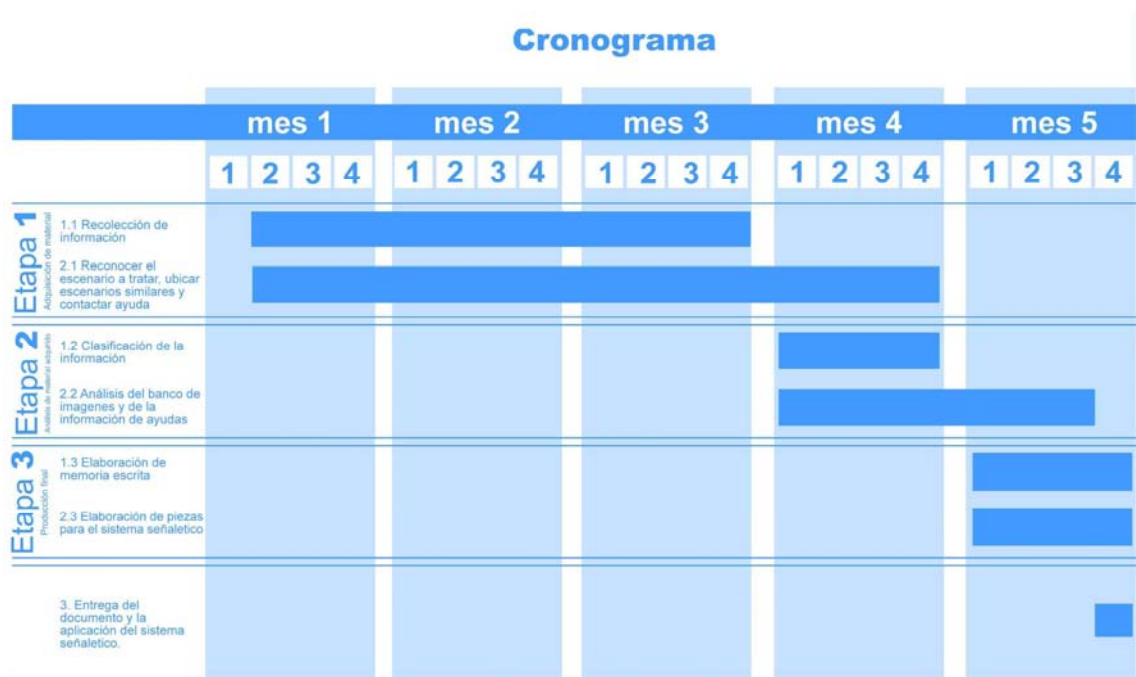
Etapas

Etapa 1 Adquisición de material.

Etapa 2 Análisis material adquirido.

Etapa 3 Producción final.

Tabla 2. Cronograma.



Descripción de la Metodología:

El esquema metodológico se estructura de acuerdo a las diferentes fases y etapas del proceso guiadas en dos líneas básicas: la teórica y la práctica; De tal manera se forman intersecciones con las respectivas líneas creando así un lineamiento para el desarrollo efectivo del trabajo

Etapas 1:

Recolección de información: Se trata recolectar información bibliográfica y webgráfica sobre los diferentes sistemas de señalización que nos puedan ayudar

a nuestro proyecto, también los conceptos por los cuales esta rama del diseño se rige.

Recorrer el escenario a tratar, ubicar escenarios similares y contactar ayuda: consiste en recorrer el espacio a intervenir y espacios que ya hayan sido señalizados para tenerlos como referencia y por ultimo contactar profesionales en la materia que nos sirvan como ayuda externa.

Etapas 2:

Clasificación de la información: esta etapa consiste en clasificar la información recolectada en dos áreas diferentes (botánica y diseño gráfico).

Análisis del banco de imágenes e información de las ayudas: en esta etapa se analizarán todos los datos recolectados (imágenes e información de las ayudas).

Etapas 3:

Elaboración de memoria escrita: Se terminará el documento escrito.

Elaboración de piezas para sistema señalético: En esta etapa es donde se definen las piezas que ayudarán a generar una experiencia sensorial lúdico-didáctica.

5. MARCOS DE REFERENCIA

5.1 MARCO TEORICO

Cuando nuestros ancestros comenzaron a caminar la tierra erguidos, se fueron presentando diferentes necesidades como cazar, vestirse, ubicarnos y hasta planear por medio de estrategias la obtención de los bienes que suministraba la madre naturaleza. Fue en ese entonces que los seres humanos se dieron cuenta que podían materializar sus pensamientos por medio de herramientas que se combinaban con pigmentos extraídos de su entorno, para así formar símbolos: que se pueden explicar como elementos gráficos de representación abstracta que tienen un significado profundo e intelectual (magia, misticismo, filosofía, lo social) y los signos que son la representación mínima de un concepto específico, como las letras. En sus inicios eran meramente representaciones de personas y objetos. A medida que fueron perfeccionando la técnica, fue evolucionando paralelamente el contenido de estos grafismos a un nivel más abstracto donde también se representaban conceptos. En su etapa final, la cual se alcanzó hace 3000 años, la simbología cambio a representaciones silábicas en donde cada signo expresaba un sonido monofónico; esto revoluciono por completo nuestra forma de interactuar ya que fuimos desarrollando un lenguaje compuesto por signos juntos que formaban palabras, que a su vez expresaban conceptos.

Los símbolos y otras representaciones gráficas fueron tomando forma de signos tipográficos donde se establecieron reglas y se determinó la estructura idiomática. Éstos quedaron reducidos en un rango de 27 a 30 letras (sistema occidental), que fue el aporte de la cultura Fenicia. Posteriormente la sociedad Mesopotámica comenzó a desarrollar los grandes centros culturales dentro de sus ciudades, a comercializar bienes y adquirir derechos de propiedad por objetos, animales y

demás, por su gran volumen de comercio se vieron en la necesidad de contabilizar sus bienes. Esta gran civilización estaba dividida en 2: Los sumerios que habitaban el sur y la cultura Asiría que dominaba el norte. Estos primeros dieron uno de los grandes aportes en la historia humana, ya que implementaron los primeros sistemas de escritura pictográfica que madura a un sistema silábico que se llegó a conocer como la escritura cuneiforme. Según Schmandt Besserat, éste sistema se utilizó para llevar la contabilidad de los bienes.

La escritura Cuneiforme se basaba en los trazos de figuras de objetos reales y dependía de los materiales que se encontraban en el medio ambiente, que luego se simplificó por una necesidad practica.

Otra cultura que aportó enormemente a la simbología fue la egipcia, que basó su escritura en un sistema pictográfico, llamado Jeroglíficos que viene de las raíces griegas *Hieros* (sagrado) y *Glyphos* (*grabar*). Cada símbolo denotaba seres, objetos reales y divinidades, y evolucionó a representar conceptos, ideas y actividades. Este era el gran distintivo de los jeroglíficos, que su simbología no expresaba sonidos sino conceptos.

A diferencia de los egipcios, los orientales trabajaban en sus propios códigos visuales. Los chinos, siendo una de las culturas más antiguas del mundo, llegaron a constituir más de 2000 signos conceptuales que hoy en día los siguen utilizando. Mientras tanto al otro lado del globo terráqueo otras culturas como la Maya, los Incas o la cultura México desarrollaron sistemas basados en grafismos ideográficos y sistemas contables para áreas como la astronomía y matemáticas.

Muchas culturas llegaron a desarrollar sus sistemas simbólicos a un nivel complejo, pero ninguna llegó a crear símbolos tan trascendentes como los Greco-Romanos que hasta hoy los seguimos utilizando en nuestras vidas y rigen todos

los sistemas de comunicación visual. Estos símbolos representaban a sus dioses y sus atributos, y funcionaban como identidad corporativa para los de la alta sociedad (escudos heráldicos). En ese momento se perfeccionó el alfabeto griego que es el que utilizamos en el presente y duro en desarrollo un poco más de 5000 años.

De alguna manera todas las culturas que exploraron la expresión por medio de los símbolos y signos, tuvieron la necesidad de hacerlo, ya fuera por la religión, la economía o comunicar un mensaje. Todos representaron los objetos más comunes, con los que interactuaban a diario, y fueron progresando a signos y símbolos más abstractos.

En la actualidad los seres humanos nos hemos acostumbrado tanto a los símbolos y signos que se han convertido en mensajes instantáneos que nos bombardean cotidianamente influyendo en nuestro comportamiento.

Teniendo en cuenta que el ser humano, como receptor de mensajes, obtiene la información de sus 5 sentidos, actuando por separado, en donde cada sentido tiene un porcentaje de efectividad, por ejemplo el gusto, el olfato, el tacto y el oído en conjunto consiguen solo el 20%, mientras que el 80% restante se capta por medio de la vista, de ahí la importancia que adquiere cualquier sistema de comunicación visual. Teniendo en cuenta que la comunicación visual se divide en 2 grupos: la comunicación casual que llega de una manera inadvertida, como una nube gris que nos revela la llegada de una tormenta y la comunicación intencional que como su nombre lo indica viene con una intención o tratara de influir en nuestros comportamientos para lograr que realicemos una acción, por ejemplo una señal de prohibido parquear.

De la comunicación intencional se deriva el estudio de la semiótica que es la ciencia que estudia el significado de los signos y tiene 3 campos de investigación:

- Información directa: Cuando el emisor es a su vez receptor de mensajes y la otra parte es emisor/receptor también, por ejemplo una conversación entre dos personas.
- Información unilateral: Cuando el emisor envía un mensaje y éste es captado por el receptor por ejemplo un cartel promocional que entrega el mensaje a la persona que lo lee. Este campo esta dividido en 2 puntos de vista que son: la información tipográfica que es limitada en cuanto a las barreras idiomáticas pero muy precisa, y la información pictográfica que no tiene estas barreras idiomáticas pero que pueden causar confusión si la acción mostrada por el pictograma no esta clara.
- Información inocua: Similar a la información unilateral en el modo de operar, pero se diferencia en que el significado del mensaje depende del receptor, por ejemplo cuando varias personas ven el mismo cuadro y cada una se lleva una percepción diferente. Además podemos decir que la semiótica se compone de 3 elementos que funcionan entre:
- La semántica: es el estudio de la relación entre los gráficos y el significado implícito de acuerdo con la función que realizan. Es decir que todo símbolo o signo que sea portador de un mensaje entraría a ser estudiado por ésta área. La semántica tiene 3 constantes que son: el significante, el significado y la función, o sea, el portador de un concepto que en este caso puede ser el gráfico, lo que quiere decir ese símbolo utilizado y la intención por la que se expuso ese mensaje.

- La sintáctica: es el estudio de la relación de los significantes entre sí y la relación que guardan con su propia estructura, esto quiere decir que la sintáctica estudia la relación gráfica de los medios en que proveemos un mensaje, abarca lo que es el color, la armonía, la tipografía, las formas, etc.
- La pragmática: es la relación entre el signo y los usuarios, es la practicidad que proporciona el mensaje a la persona que lo esta utilizando, por ejemplo, un señal que indique donde están situados los baños y la persona tiene que utilizarlos, y además pueda acceder a ellos de manera rápida y fácil.¹

5.1.1 Diseño de Experiencias. El diseño de experiencias según Nathan Shedroff, uno de los gurus de este campo debido a que ha estudiado las necesidades del usuario para poder entenderlas, dice: “es mas un enfoque que una disciplina pues abarca una amplia variedad de disciplinas como el diseño de información, arquitectura, interactividad, diseño gráfico, etc”.

El diseño de experiencias sirve tanto a productos como a servicios, a espacios físicos o virtuales. Este tipo de diseño se basa en todo aquello que apele a las emociones, sensaciones y sentidos de las personas, diseñar experiencias refiere atacar los sentidos (vista, gusto tacto, oído olfato.)²

1 DE LA TORRE, Guillermo. El lenguaje de los símbolos gráficos: Introducción a la comunicación visual”. México D.F.: Editorial Limusa S.A. Grupo Noriega Editores, 1992. p. 13-65.

2 Ibid., p. 49

Fases que componen una experiencia según Nathan Shedroff:

Tabla 3. Fases de una experiencia.



Fuente: Nathan: ME [en línea]. San Francisco, CA: Nathan, Shedroff, 1999. [consultado 4 de Enero]. Disponible en línea <http://www.nathan.com/me/>

Atracción: bien sea necesaria o involuntaria es aquello que lleva a iniciar una experiencia, se basa en la seducción, descubrimiento, novedad, sorpresa, expectativa y si la repetición ayuda puede resultar mucho mejor.

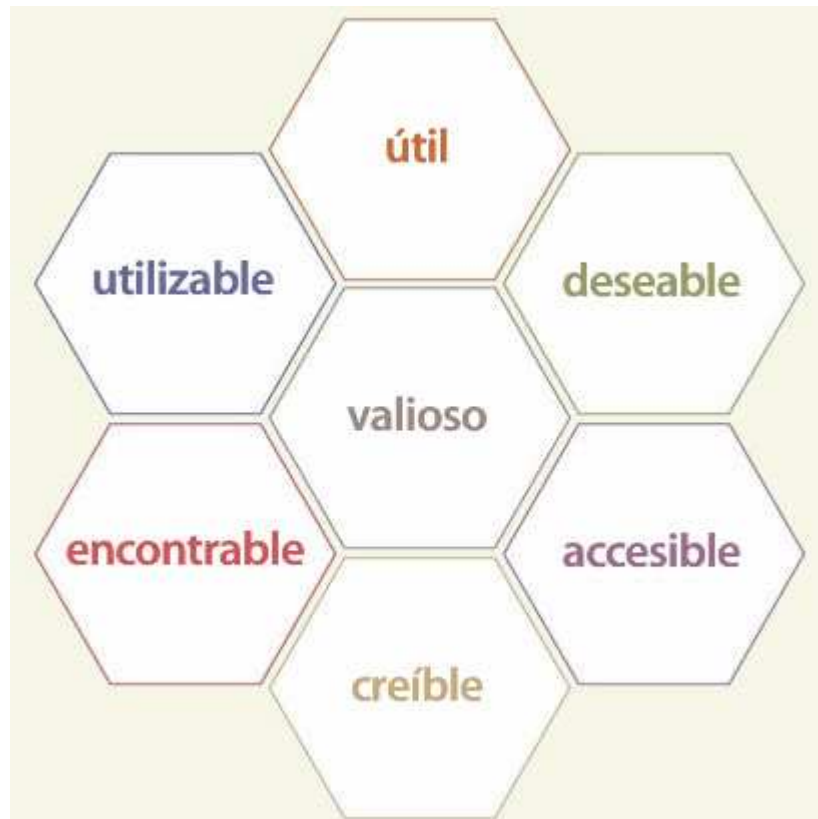
Compromiso: es la experiencia en sí, esta debe ser identificable en el entorno que se desarrolla y debe tener un final.

Conclusión: es de mucha importancia pues toda experiencia tiene un final. Una buena experiencia debe saber que sensación dejara una vez finalizada: utilidad, satisfacción, llamada a la acción.

Extensión: la experiencia y sus consecuencias continúan una vez finalizada aquella.

Facetas de la experiencia

Tabla 4. Facetas de la experiencia



Fuente: Alfíl – español Diseño de experiencias del usuario [en línea]. Barcelona: Peter Morville, 2004. [consultado 4 de Enero de 2007]. Disponible por internet en: http://bibliotekarios.blogspot.com/2004_10_01_bibliotekarios_archive.html

Para diseñar experiencias hay que hacer un estudio a futuro del producto (jardín botánico de la U.A.O) teniendo en cuenta un antes, un durante y un después:

Antes: Analizar por qué se va a necesitar el producto o servicio.

Durante: Presentar un producto o servicio con un soporte que conecte al usuario transmitiéndole que esta utilizando algo único.

Después: Tener en cuenta pasos que el usuario dará cuando hace uso del producto o servicio. Como primer paso el usuario debe encontrarse con un estímulo para que llame su atención y se pueda dirigir para adquirir la información y segundo, tomaría la información para darle comienzo a la experiencia.

5.1.2 Diseño señalético. Basado en el libro “Señalética” de Joan costa³ obtuvimos la siguiente información:

Se presenta la necesidad de “poner señales” con el fin de ubicarse en el entorno por medio de marcas convencionales que hoy son objeto de estudio de la simbólica (ciencia de los símbolos).

Señalizar se toma como un impulso intuitivo y se convierte en una práctica empírica, guiada por la experiencia, que progresivamente se perfecciona a medida que crece el flujo de personas en el entorno. De esto aparece el lenguaje simbólico donde necesita ser captado con inmediatez y comprendido al 100 %, es así como comienzan las primeras búsquedas de un sistema de información espacial que fuera de carácter universal (entendido por toda persona que se desenvuelva en el entorno).

La señalética puede llegar a ser tan antigua como la humanidad misma, debido al acto instintivo de orientarse a sí mismo y a otros, por medio de marcas que eran plasmadas en materiales y/o objetos en el entorno.

Así podemos decir que la señalética es el acto de incorporar objetos o marcas al entorno para referenciar bien sea, entornos naturales o artificiales.

3 COSTA, Joan. Señalética. 2 ed. Barcelona: Editores CEAAC S.A, 1989. p. 34-42.

Señalización y marcaje. La señalización y el marcaje pueden llegar a ser un sinónimo, dado que las acciones de la aplicación de estos conceptos llevan a un resultado similar de identificación, pero según Joan Costa en su libro “señalética”, existe una diferencia que se puede establecer.

Marcar refiere transferir una imagen de manera que no se borre, a una superficie determinada, sin embargo esto se hace por medio de una señal (un símbolo). La diferencia se encuentra en que el acto de marcar (señal indeleble) siempre son objetos físicos, mientras lo que se señala (objeto movable) son espacios, itinerarios, lugares, recorridos, entornos.

Señalización es en principio el marcaje de los caminos, itinerarios, de las rutas de lugares para orientarse en estos espacios, un claro ejemplo sería un camino pues marca implícitamente la ruta seguir.

Conociendo la diferencia entre marcaje y señalización podemos establecer tres factores esenciales:

- Necesidad de marcar un camino para dirigirse a un lugar y facilitar el encuentro de lugares (principio de la señalización)
- La necesidad de que las marcas o señales permanezcan
- El acto de intervenir un espacio por medio de códigos para situar las señales no puede ser en desorden, por lo contrario debe tener la información que requiere dar a conocer, ordenándola en el espacio que se intervendrá.

La antigüedad y la edad media. Los griegos antes de dar figura humana a sus dioses los representaban por medio de signos y figuras simbólicas talladas en

piedras en forma de falo. En esta época por la falta de caminos, los viajeros no tenían otra señal para ubicarse que estas piedras que eran ubicadas a una distancia regular en el trayecto.

Estas piedras fálicas sufrirían un cambio con el tiempo. Se les añadió el la parte superior la cabeza de “Hermes” (el mensajero entre los dioses y los humanos de la mitología griega ⁴) y se convertirían en bicéfalos y tricéfalos en caminos de triple dirección y tetracéfalos en las encrucijadas, a estas funciones de orientación se les añadió la señalización de la distancia en millas.

Ya en la edad media con la expansión evangelizadora administrativa de los neófitos, mutilaron sistemáticamente las señales ya existentes para eliminar cualquier tipo de influencia y estas obras fueron remplazadas por la cruz. En la época que la tierra se puebla de monasterios, las antiguas rutas fueron retomadas para orientar a los fieles.

La señalética. Según Joan Costa: es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. La señalética nace de la comunicación social o información y la semiótica, esto constituye una disciplina técnica que colabora con la ingeniería de la organización, la arquitectura y la ergonomía, todo esto bajo el vector del diseño gráfico.

La señalética responde a la necesidad de un individuo o grupo de orientarse e informarse en un espacio, esto se da por el fenómeno de la movilidad social y la gran proliferación de servicios, bien sean públicos o privados, lo que esto genera

⁴ Wikipedia, la enciclopedia libre [en línea]. Florida: Fundación Wikimedia, 2001. [consultado 10 de Diciembre de 2006]. Disponible por Internet en: es.wikipedia.org/wiki/Hermes

es una mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos, también mayor seguridad en los movimientos y acciones en el espacio.

Rasgos principales que caracterizan la señalética:

- Sistema: funciona como un conjunto de partes coordinadas entre sí según leyes precisas que serán establecidas por un programa.
- Señales: estímulos breves que alteren la percepción.
- Visuales: la visión es el órgano receptor gestaltico por naturaleza. Esto refiere que puede registrar inmediatamente configuraciones globales.
- Mensajes y contenidos informativos: las señales se comportan como elementos cognoscitivos de “novedad” en respuesta a la necesidad e orientación e información como receptor usuario.
- Espaciales: es incorporarse al entorno con una ubicación estratégica en el espacio, en puntos precisos donde la circunstancia sea previsible, prevista por la señalética.
- Comportamentales: no solo se orienta y se da información, también determina comportamientos del usuario (acciones). A diferencia de otros modos de comunicación, la señalética no destaca a la persuasión, destaca procesos dinámicos de componentes energéticos o motrices.

Tabla 5. Características de la comunicación señalética.

Características de la comunicación señalética
Finalidad Funcional-Organizativa
Orientación Informativo.Didáctico
Procedimiento Visual
Código Signos simbólicos
Lenguaje icónico Universal
Estrategia del mensaje Mensajes fijos in situ
Presencia Discreta, puntual
Percepción Selectiva
Funcionamiento Automático-Instantáneo
Espacialidad Secuencial, discontinua
Persistencia memorial Extinción instantanea

Fuente: COSTA, Joan. Señalética. 2 ed. Barcelona: Editores CEAAC,S.A, 1989. p. 15

Premisas señaléticas. “El diseñador señalético, ¿va “hacer” todos los centros comerciales iguales, todos los aeropuertos iguales, todos los bancos iguales, de la misma manera que todas las señalizaciones viarias son iguales con independencia de cuál sea su entorno? Si cada arquitectura crea un entorno propio (comparar el aeropuerto de Frankfurt y el aeropuerto de Lanzarote en las islas Canarias) y se impone una personalidad particular, ¿la simbología señalética debe discurrir al margen de esta personalidad por imperativos normativos, o debe integrarse y formar parte de esta personalidad arquitectónica y ambiental?”

El individuo como centro. La señalética debe identificar lugares, servicios interna y externamente del espacio arquitectónico que desee intervenir y facilitar la localización de dichos lugares y servicios. Esta información debe mantener abierto a futuras necesidades de los usuarios.

Hacer inteligible el espacio de acción. Cada lugar tiene su morfología o una arquitectura determinada, esto se hace primero y sin pensar en la futura aplicación señalética. Se debe a la división de las tareas, primero la obra arquitectónica, segundo el ingeniero de la organización y el ergonomista y tercero y ultimo el diseñador gráfico, todo eso genera desorden. Al acondicionar un espacio previamente construido este comporta significados, pero no quiere decir que comporte mensajes (comunicación explícita) esto se trata del uso social de los espacios de acción, lo cual no esta implícito en la morfología arquitectónica.

Adaptación de la señalética al mundo. Todo complejo arquitectónico se puede tratar como un universo que a su vez se puede examinar desde diferentes niveles, por que cada complejo presentará características que un sistema señalético debe adaptarse.

- Todo espacio de acción obedece a una función específica. Para esto existen unos códigos correlativos a cada función del medio.
- La estructura arquitectónica, otra dimensión para la adaptación señalética debido a las connotaciones que se pueden dar por parte del usuario.
- El estilo ambiental y surge la pregunta: ¿Cómo habrá de integrarse al entorno la información señalética?, para esto es importante definir un estilo de conjunto.

Imagen de marca. La señalética destaca la imagen publicación (sentido institucional) o la imagen marca (sentido de marketing) que quiere transmitir a través de los espacios de operaciones y acciones. Así la señalética se adapta a las directrices que impone el programa de identidad corporativa.

Tipos de señales. Las señales de acuerdo a sus características de uso pueden clasificarse (dependerá de la necesidad de información que se quiera dar) en 4 tipos.

- Informativas: estas señales son aquellas que brindan información ya sea puntual o general.
- Orientación: la misión de estas señales es determinar direccionamientos en el espacio para llegar a un lugar determinado.
- Identificación: en estas el mensaje le asegura al usuario una ubicación exacta.
- Normativas: son aquellas que indican una normativa a cumplir.

Metodología para la creación de un sistema señalético. Los problemas señaléticos contienen su particularidad en sus condiciones funcionales, arquitectónicas, ergonómicas y ambientales, a cada sistema se le da un

tratamiento especial para la solución de éste, eso sí, reforzando la identidad de lo que se esta tratando.

Para diseñar un sistema señalético se debe tener un método que ayude a organizar los pasos a seguir para cubrir las necesidades que se pueden ver de inmediato, si no también la adaptabilidad a necesidades futuras.

Cuando se realiza un sistema, solo se puede ver el resultado final, pero no el trasfondo, es decir, la parte esencial: la concepción, planificación, investigación y desarrollo técnico. El diseño de un sistema señalético refiere a que se soluciona un problema en conjunto y no de valor unitario como lo sería un cartel que a una sola pieza se sacan miles de copias; es así como todo sistema tendrá previsto factores como:

- Factores contrastantes: Materiales, forma dominante y el estilo.
- Factores variables, podría ser el uso de cada pieza del sistema en sus leyes ergonómica, tamaño, función.
- Las combinaciones posibles de los dos factores anteriores, para una producción final.

Según lo anterior diseñar un sistema implica la formula capaz de solucionar un problema definido si no un conjunto de problemas que tienen relación entre si, para la solución final tenga unidad bien sea por signos lingüísticos e icónicos o cromáticos, estos signos que a su vez dentro de ellos contienen infrasignos, que son unidades formales más pequeñas, un claro ejemplo de esto sería la sílaba para componer una palabra. Un sistema debe tener una capacidad extensiva y no encerrarse en el ámbito inmediato de su aplicación.

Todo sistema señalético contiene unas etapas las cuales ayudan a organizarlo. A continuación se nombraran dichas etapas:

- Contacto con la problemática: todo sistema inicia con el contacto que se tiene con el espacio que se va a tratar y descifrar, elementos como su tipología funcional, su personalidad y la imagen de marca.
- Recolección de información del problema: en esta etapa tiene como objeto la descripción exacta del espacio que hay para implementar el sistema y nomenclatura que define la información señalética que se quiere dar. Todo esto se consigue con el análisis que se hace de los planos, la determinación de palabras-clave, una buena galería de imágenes y por ultimo tener en cuenta las condicionantes arquitectónicas y ambientales del espacio.
- Organización del proceso del trabajo: a partir de la información en las etapas anteriores se planifica lo que realmente será el trabajo de diseño.
- Diseño y preparación de prototipos: en esta etapa es donde el diseño gráfico hace su labor y da vida a piezas señaléticas bien sea de información, identificación, orientación o normativas. También se eligen los materiales con los que se trabajaran las piezas
- Realización de las piezas: aprobación de las piezas y como van a funcionar en el espacio. Se hace la elaboración industrial de las piezas.
- Instalación: en esta etapa el diseñador debe estar atento a la adecuación de las piezas al entorno de acuerdo al planteamiento inicial de su diseño.
- Control: el funcionamiento del sistema puesto en práctica.

5.1.3 Diseño de Información. El diseño de la información se basa principalmente en transmitir información de una manera inteligible y eficiente para el público al cual se dirige, es también, en el sentido más amplio la selección, organización y presentación de ésta⁵. Según Peter Wildur y Michael Burk en su libro “Infografía” el diseño de información esta dividido en 3 categorías:

- Sistemas Organizados de hecho y datos (Sistema señalético)
- Presentación de la información como medio explicativo (manual de instrucciones)
- Diseño de sistemas de control (controles de entrada y salida de información de productos)

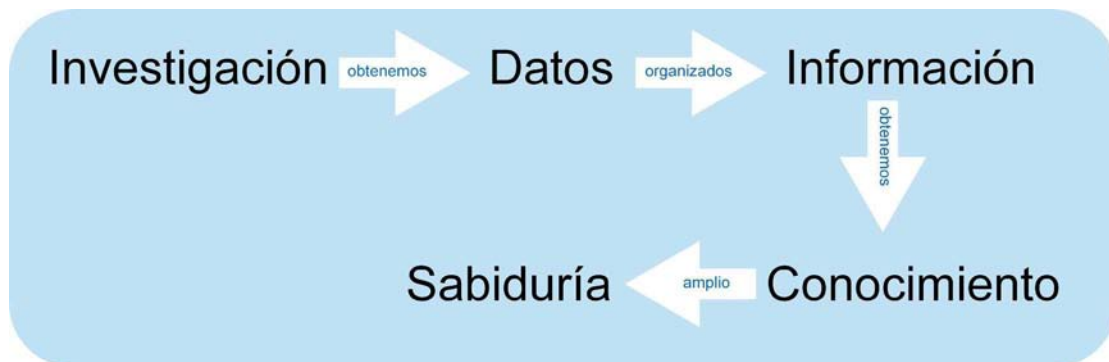
Este proyecto, en parte, se encuentra en la primera categoría.

Para aproximarnos un poco a la información pura o en su estado natural, podemos estudiar un mapa conceptual inspirado en una conferencia de Manuel Parga acerca del diseño de información⁶.

5 WILDUR, Peter ; BURK, Michael. Infografía: Barcelona: Editorial Thames and Hudson LTD, 1998. Versión Castellana Gustavo Gili S.A., 1998. p. 6-7

6 PARGA, Manuel: Diseñador Industrial. Conferencia “Diseño de Información” con master en diseño de información / congreso internacional Supervisual Santiago de Cali, 23 de marzo de 2004.

Tabla 6. Esquema de aproximación a la información.



Igualmente nos habla sobre las formas de organizar la información, que según él, existen 7:

- Por orden alfabético
- Por ubicación
- Por tiempo
- Por contenido
- Por orden numérico
- Por categorías
- Aleatoriamente

A partir de este diseño de información, que puede ser amplio y complejo como un mapa cartográfico o sencillo como una señal, es importante tener en cuenta que como lo dice Joan Costa y Abraham Moles en su libro “Imagen Didáctica”: el esquema mental juega un papel determinante para el aprendizaje, pues lo que permite el esquema mental es hacer pequeñas representaciones de los objetos reales y teniendo en cuenta que “la información es toda diferencia que importa” (Gregory Bateson 1979) podemos ver como nuestras mentes aceptan o rechazan nueva información. Estos esquemas, los cuales son ensamblados en la

conciencia, crean un vínculo o representación de los objetos, para propiciar al sujeto la vivencia de experiencias.

Es importante destacar que estas representaciones simples o abstractas de los elementos de la realidad se pueden llamar grafismos didácticos. Éstos grafismos sirven como soporte de la información, se compone por el trazo, lo cual a su vez éste formará el contorno, que permitirá crear una jerarquización para dar protagonismo a un elemento dentro del gráfico, y el ojo mediante un proceso llamado “micronostagmus” (ligera trepidación de la imagen sobre la retina) capta las densidades más allá y más acá de las líneas del contorno, o sea, el contorno en si crea la noción del adentro y el afuera del dibujo.

La didáctica: el diccionario pequeño Larouse⁷ dice que la palabra didáctica es lo propio o adecuado para enseñar o instruir, pero según Joan Costa la didáctica en su sentido pleno de inyectar o proponer a un público más o menos extenso, determinado número de nociones, conceptos o valores para que formen parte de su ser, para que sean elementos de su cultura.

Es entonces donde se mezclan lo gráfico y lo didáctico para explicar por medio de texto e imagen diferentes temáticos a diferentes públicos. Es aquí donde el diseñador debe seguir 3 pasos:

- Aislar el público objetivo, analizando la capacidad intelectual y el conjunto de conocimientos del usuario.
- Traducir el mensaje al nivel psico-social del público.
- Apoyarse en el sistema bimedia (texto e imagen)

⁷ GARCÍA PELAYO, Ramón. Pequeño Larouse: en color. Mexico D.F.: Ediciones Larouse, 1972. p 321.

Además de estas 3 reglas es importante que el diseñador capte y mantenga la atención del usuario para poder suministrar el mensaje. Es por medio de todo esto, en conjunto de la imagen esquemática, que se permite esclarecer o hacer transparente un fenómeno complejo, es decir, hacer una explicitación lo cual tiene por objeto la transmisión de conocimiento.

Estrategias de comunicación: para poder convencer a un público determinado, por medio de las imágenes se puede recurrir a 3 estrategias diferentes:

- Estrategia de la persuasión: Seduce al público por medio del impacto visual y la fascinación, trata de convencer por medio de la sensualidad estética, es decir, la convicción por la seducción.
- Estrategia de la mostración: Es ilustrar la verdad al público por medio de imágenes fotográficas, que es el testimonio irrefutable de que algo existe y esta presunción tácita de veracidad deviene su poder de convicción.
- Estrategia del razonamiento: es la estrategia por excelencia donde se muestran todos los factores y datos y el usuario reflexiona lógicamente para aprehender procesos complejos o abstractos.⁸

En éste proyecto se participa de la primera y la ultima estrategia para poder convencer a nuestro público que será explicado a continuación.

5.1.4 Públicos. Existen tres tipos de públicos que pueden acceder a la información que se le brinda un sistema señalético, cada uno de estos tiene su particularidad y su forma de interpretar la información que se le da. Podemos ver que en la universidad se maneja un tipo de público particular local y dentro de esta

⁸ COSTA, Joan; MOLES Abraham. Imagen Didáctica. Barcelona: Ediciones CEAC, 1991. p. 49 a 57

categoría podemos encontrar diferentes tipos de usuarios que se dividen en dos categorías.

Tabla 7. Tipos de público.

PÚBLICO	INSTITUCIÓN	ESTILO
Universal	Global	Alta abstracción baja figuración
General	Regional	Cercanos a categorías estilísticas del lugar
Particular	Local	Mayor figuración referida a elementos del sitio.

Fuente: RAMÍREZ RAMOS, Mónica; ABELLA DÁVILA, Jairo John. Trabajo de Grado “Sistema Señalético para el Acuaparque de la Caña”. Santiago de Cali, 2006. 53 p. Trabajo de grado (Diseñadores de la comunicación gráfica). Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de Comunicación social. Departamento de Publicidad y Diseño.

Categorías de usuarios: Comunidad universitaria: En esta categoría podemos encontrar a todas las personas que están relacionadas con la universidad es decir que constantemente están en interacción con las instalaciones del campus. Estas personas serían: estudiantes, docentes, contratistas, administrativos y directivos.

Comunidad no universitaria: En esta categoría encontramos a las personas que llegan al campus por diferentes razones. Estas personas serían mensajeros, padres de familia, estudiantes de otras universidades y en general cualquier persona que pueda tener acceso al campus.

5.2 MARCO CONTEXTUAL

Se realizará el diseño de una experiencia sensorial, lúdica, didáctica con base al diseño de información y señalética para el jardín de la U.A.O.

Esta universidad esta ubicada en el departamento del Valle del cauca, en la ciudad de Santiago de Cali, en el Km3 vía Jamundí; la universidad fue fundada en la época de los 70 en el barrio champágnat, después de tener un largo tiempo y teniendo un portafolio de servicios más extenso se empieza la construcción de la sede en el Valle del Lili y se inaugura en el año de 1999 y es aquí donde se encuentra situado nuestro problema a tratar (el jardín de la U.A.O).

La idea del jardín nace cuando el Dr. Luís H. Pérez contacta al horticultor y paisajista Álvaro Calonje para que se diseñe el mejor jardín que un campus universitario tuviera en Colombia⁹. Para diseñar el jardín, Álvaro Calonje toma criterios como: cual era la flora representativa del Valle del Cauca, la belleza, que fuera utilizable, que generara sentido de pertenecía, también un criterio botánico; es decir una gran variedad de plantas, riqueza en color y olor, por ultimo atraer mas fauna de la que ya estaba en el lugar donde se estaba llevando a cabo el jardín. Las plantas del jardín fueron escogidas en conjunto con el doctor Luís H. Pérez y Álvaro Calonje quienes dedicaron tiempo en escoger plantas que logran cumplir con estos criterios.

Una vez escogidas las plantas que tendría el jardín fueron distribuidas en el espacio, estableciendo visuales, viendo como una planta podría acompañar el edificio, ver cómo haría la invitación a explorar el jardín y una base que seria el

9 ENTREVISTA con Álvaro Calonje, Horticultor de planta selecta. Santiago de Cali, 18 de octubre de 2006.

tener muchas palmas, ya que Colombia es el país con más especies de palmas en el mundo. La construcción de este jardín tomó 2 años y hoy día se continúa trabajando en su mantenimiento para conservar su belleza.

Análisis de material semejante.

Zoológico de Cali. En la investigación y búsqueda de referencias para el proyecto se encontró un sistema que se aproxima mucho a lo que se plantea: El Zoológico de Cali.

En la visita al zoológico, en las oficinas de CIDZOO (Centro de Información y Documentación Rodrigo Escobar Navia) se contacto al diseñador y creador de todo el sistema que presenta este complejo y la persona que provee el mantenimiento: Igino Mercuri y el señor Rubén Hernández, quienes accedieron a la siguiente entrevista realizada el 29 de septiembre de 2006:

Qué hay que tener en cuenta a la hora de diseñar experiencias?

-“Lo interactivo no requiere tener movimiento”, las personas que en algún punto interactúan con el elemento deben ser provistos de una experiencia para que la pieza genere recordación, de esta manera la sensación queda grabada en la mente del usuario lo que relaciona la institución o la marca a las vidas personales de cada interesado, esto crea un vinculo positivo particular. Hay que tener en cuenta un punto importante: no permitir que el mensaje se pierda por la interactividad de la pieza, también hay que tener en cuenta que muchas veces ni siquiera se alcanza a comunicar el mensaje que se quiere, por ésta razón se debe analizar el público al que va ir dirigido el mensaje y pensar que menos palabras puede comunicar más. Es substancial que se incorpore el elemento corporativo a las diferentes señales y marcar una unidad en el diseño.

En el Zoológico de Cali se destaca mucho el nombre común de los animales, de donde provienen, sus hábitos, etc. Y se maneja la apropiación de animales nativos a nuestro país de hecho la mayoría de especies en exhibición son colombianas.

En el mundo existen unas 250.000 especies de flora, Colombia tiene aproximadamente unas 55.000 especies de plantas en su territorio de las cuales 17.000 son originarias de nuestra tierra lo que nos hace poseedores de un patrimonio significativo de la vegetación mundial.

Una idea es aplicar el concepto del patriotismo para impregnar en la mente del usuario el mensaje o en la ficha técnica revelar datos curiosos como sus usos en la vida diaria, para que medicinas son benéficas, que plantas eran utilizadas en la antigüedad por nuestros abuelos, en que platos típicos se usan, etc.

Por qué utilizaron los materiales en las señales que tienen actualmente?

- Se utilizaron los materiales por su durabilidad, la función anti-vandalismo, ya que anteriormente las personas que accedían al parque rayaban las señales. También por factores económicos. Existe un material que se llama “Folia” de origen canadiense que nos hubiera gustado tener en las instalaciones por su característica durable a la intemperie para la impresión de las imágenes y grafismos, pero es muy costoso y aun no esta en Colombia.

Cómo se puede manejar la tipografía equilibradamente en la gráfica del entorno?

- La tipografía debe ser de un alto grado de legibilidad y lecturabilidad para que sea de fácil comprensión al público, el puntaje debe ser manejado de acuerdo a la función de la pieza y su ubicación, no es lo mismo una señal que deba informar al usuario sobre el animal a una señal que te diga en que sección del parque estas.

Qué materiales se pueden usar en un sistema de señalización no convencional?

- Materiales orgánicos como la Guadua, piedra, lona, etc. El problema es conseguir buenos artesanos o lapidarios que trabajen bien la piedra.

Qué grafismos son acordes para señalar un jardín?

La riqueza de la señal puede ser manejada, no tanto en el grafismo sino en otros elementos de diseño como el manejo cromático o en la segmentación del jardín por ejemplo seccionar por colores, olores, etc.

Qué referencias nos pueden dar?

Hay un libro en la Univalle que se llama “Árboles, gentes y costumbres” que vincula la flora Colombiana con poemas y prosas, esto les puede dar un enfoque de cómo manejar la información que van a dar en las señales, por ejemplo pueden asociar las plantas con su uso medicinal o cultural, o en que canciones se ha utilizado la planta, etc.

Qué diseñadores nos pueden nombrar que hayan realizado proyectos similares?

“Respondieron la pregunta con otra respuesta”

Que hay que tener en cuenta para diagramar por medio de la señalética el espacio?

Para diagramar el espacio hay que ver como esta distribuido el jardín, que diseño tiene si es un diseño de jardín francés que es todo muy bien organizado o un jardín ingles que es más espontáneo o si no es ninguno de los dos, pero tener en claro bajo que concepto se va manejar.

Con esta entrevista podemos determinar algunos puntos clave que pueden ayudar a nuestro proyecto como:

- La interactividad de una pieza no requiere movimiento.
- Factores que se deben tener en cuenta al elegir materiales.
- El manejo de la tipografía debe tener legibilidad, lecturabilidad y se debe pensar siempre en que el puntaje, grosor va ligado a la función y ubicación de la pieza.
- Algunos materiales que podrían servir para proponer, que no sean convencionales (guadua, piedra, lona).
- Tener en cuenta el espacio y dejar claro el concepto que se quiere manejar.

5.3 MARCO CONCEPTUAL

Señalización: Es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos. Es de carácter “autodidáctico”, entendiéndose éste como modo de relación entre los individuos y su entorno. Se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio a un lugar determinado, para la mejor y la más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones.

Signo: Lo que representa, sustituye o evoca en el entendimiento un objeto, un fenómeno o una acción

- **Signo Indéxico:** Relación causal de signo (consecuencia) con objeto (causa) Ej. Humo con fuego, golpe en la puerta.
- **Signo Icónico:** Cuando el signo se parece al objeto (retrato o diagrama)
- **Signo Simbólico:** El signo no se parece al objeto; convención arbitraria, sin parecido, el signo evoca un significado especial. Ej. Semáforo en rojo.

Símbolo: Objeto material que representa otra realidad inmaterial mediante una serie de rasgos que se asocian por una convención socialmente aceptada.

Icono: Signo que tiene alguna relación de semejanza con lo que representa.

Código: Conjunto de signos que sirve para formular y comprender mensajes, esp. Secretos.

Jardín Botánico: lugar destinado al cultivo de plantas que son objeto de estudio por parte de los investigadores.

Imagen: Figura o representación de algo, esp. si es de una divinidad o de un personaje sagrado: *En esta iglesia se venera una imagen de san Antonio.*
Apariencia, aspecto o consideración ante los demás: *La imagen de esa actriz se deterioró mucho después del escándalo.*

Recurso expresivo que consiste en reproducir o suscitar una intuición o visión poética por medio del lenguaje: *Las imágenes de los poetas surrealistas son muy expresivas.*

Jeroglíficos: Referido a un sistema de escritura, que se caracteriza por representar las palabras con figuras o símbolos, y no con signos fonéticos o alfabéticos.

Modulo: Elemento repetitivo en el diseño para generar unidad visual.

Señalética: Es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo es la técnica que organiza y regula estas relaciones. Su campo de acción es el didacticismo inmediato en el flujo de los actos de la vida corriente generando así autodidaxia.

Autodidaxia: Forma más creativa de la didáctica por lo que comporta de participación activa del individuo.

Semiótica: La semiótica se define como la ciencia general de los signos. Un signo es todo lo que se refiere a otra cosa (referente) y que sirve para comunicar. Aunque parezca obvio en el contexto de la interrelación social y por lo tanto humana.

Semántica: es el estudio de la relación entre los gráficos y el significado implícito de acuerdo con la función que realizan. Es decir que todo símbolo o signo que sea portador de un mensaje entraría a ser estudiado por ésta área. La semántica tiene 3 constantes que son: el significante, el significado y la función, o sea, el portador de un concepto que en este caso puede ser el gráfico, lo que quiere decir ese símbolo utilizado y la intención por la que se expuso ese mensaje.

Sintáctica: es el estudio de la relación de los significantes entre sí y la relación que guardan con su propia estructura, esto quiere decir que la sintáctica estudia la relación gráfica de los medios en que proveemos un mensaje, abarca lo que es el color, la armonía, la tipografía, las formas, etc.

Pragmática: es la relación entre el signo y los usuarios, es la practicidad que proporciona el mensaje a la persona que lo está utilizando, por ejemplo, un señal que indique donde están situados los baños y la persona tiene que utilizarlos, y además pueda acceder a ellos de manera rápida y fácil.

Tipografía: se denomina tipografía al estudio y clasificación de las diferentes familias o tipos de letras, así como el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes, mientras que la fuente es el juego completo de caracteres en cualquier diseño, cuerpo o estilo. Estos caracteres incluyen letras en caja baja y alta, numerales, versalitas, fracciones, ligaduras (dos o más caracteres, acentos símbolos monetarios).

La tipografía es el arte de crear y componer tipos a fin de comunicar un mensaje. El termino “tipo” incluye el diseño y función de símbolos alfabéticos y no alfabéticos para representar el lenguaje.

Ideograma: representación gráfica de un concepto: los caracteres de la escritura jeroglífica son ideogramas. Imagen convencional o símbolo que representa un ser o una idea, pero no palabras o frases fijas que los signifiquen.

Imagen convencional o símbolo que en la escritura de ciertas lenguas significa una palabra, morfema o frase determinados, sin representar cada una de sus sílabas o fonemas.

Imagen: figura, representación de una persona o cosa: es una imagen de la diosa Cibeles. Representación mental de algo: tienes una imagen equivocada de él.

Marca: la marca caracteriza los productos o servicios de una empresa o institución. Es la instancia primera del programa de identidad visual. Es la representación gráfica del producto o servicio ante el público.

Ocio: descanso, cesación de trabajo.

Pictograma: el pictograma es la simplificación gráfica de un concepto, capaz de transmitir la información deseada de una forma rápida y precisa a un público diferente por cultura o por idioma. Son imágenes representativas figurativas en su contenido.

Palmetum: Un palmetum es un espacio creado para el cultivo, el estudio y la divulgación de las palmeras.

Vivero: Terreno e instalaciones dedicado a la germinación y crecimiento de plantas destinadas a utilización posterior en plantaciones y repoblaciones forestales.

Arboretum: es una colección significativa, organizada, protegida y estudiada de la flora nativa local. Un arboretum es un área verde ordenada ecosistemáticamente, con una valiosa muestra de los principales elementos florísticos locales, destinada a servir de pulmón a la ciudad, o al colegio, a producir material genético indispensable para salvar las especies en peligro y un sitio educativo y recreativo para mejorar las condiciones paisajísticas y la calidad del ambiente urbano local.

6. PROCESO CREATIVO

El proceso que ha tenido este proyecto ha logrado reunir diferentes ciencias y disciplinas como se pueden ver en el marco teórico y en esta parte del trabajo es donde se explica como se logran reunir todos estos conceptos expuestos para convertirlos en un producto real y tangible.

¿Cómo catalogar los jardines de la U.A.O?

Los jardines de la U.A.O muestran una gran variedad de flora, que junta, puede adquirir un nombre específico según sus características. En el caso del jardín de la Universidad Autónoma de Occidente podría haber diferentes denominaciones que a continuación nombraremos¹⁰:

Jardín botánico: son jardines destinados al cultivo de plantas con un fin científico y educativo con una forma taxonómica de clasificación.

Palmetum: Un palmetum es un espacio creado para el cultivo, el estudio y la divulgación de las palmeras.

Vivero: Terreno e instalaciones dedicado a la germinación y crecimiento de plantas destinadas a utilización posterior en plantaciones y repoblaciones forestales.

10 Qué es un arboretum [en línea]. Bogotá: fundación ecoterra, 2004. [consultado 2 de Enero de 2007]. Disponible por Internet en: <http://ecoterra.tupatrocinio.com/patrocinio.cfm/proyecto/70004050061656575367514965674549.html>

Arboretum: es una colección significativa, organizada, protegida y estudiada de la flora nativa local. Un arboretum es un área verde ordenada ecosistemáticamente, con una valiosa muestra de los principales elementos florísticos locales, destinada a servir de pulmón a la ciudad, o al colegio, a producir material genético indispensable para salvar las especies en peligro y un sitio educativo y recreativo para mejorar las condiciones paisajísticas y la calidad del ambiente urbano local.

Conociendo la definición de las diferentes denominaciones, podemos decir que el jardín botánico de la universidad se podría catalogar como un arboretum, pues presenta características similares para esta definición. Pero este jardín presenta una particularidad que posee un palmetum que es observable en un segundo plano después de recorrer los jardines y además cuenta con su propio vivero.

Figura 1.Plano zonificado según las áreas.

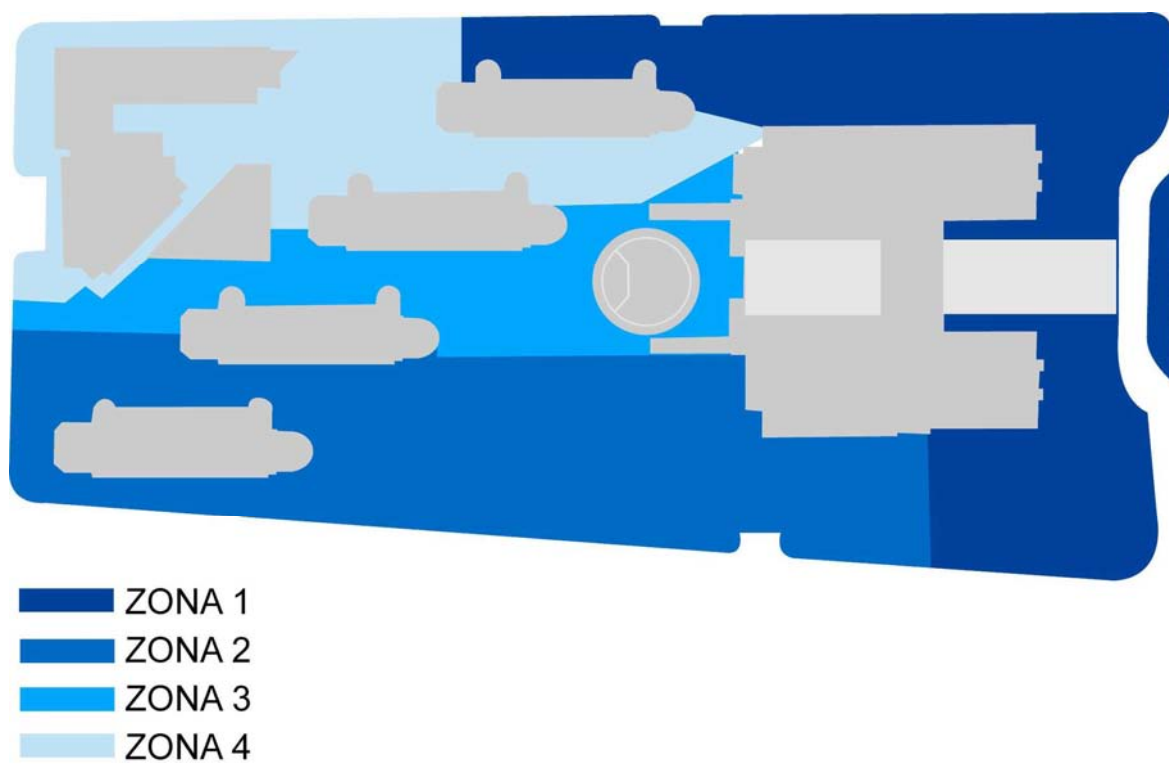


Figura 2. Zona 1

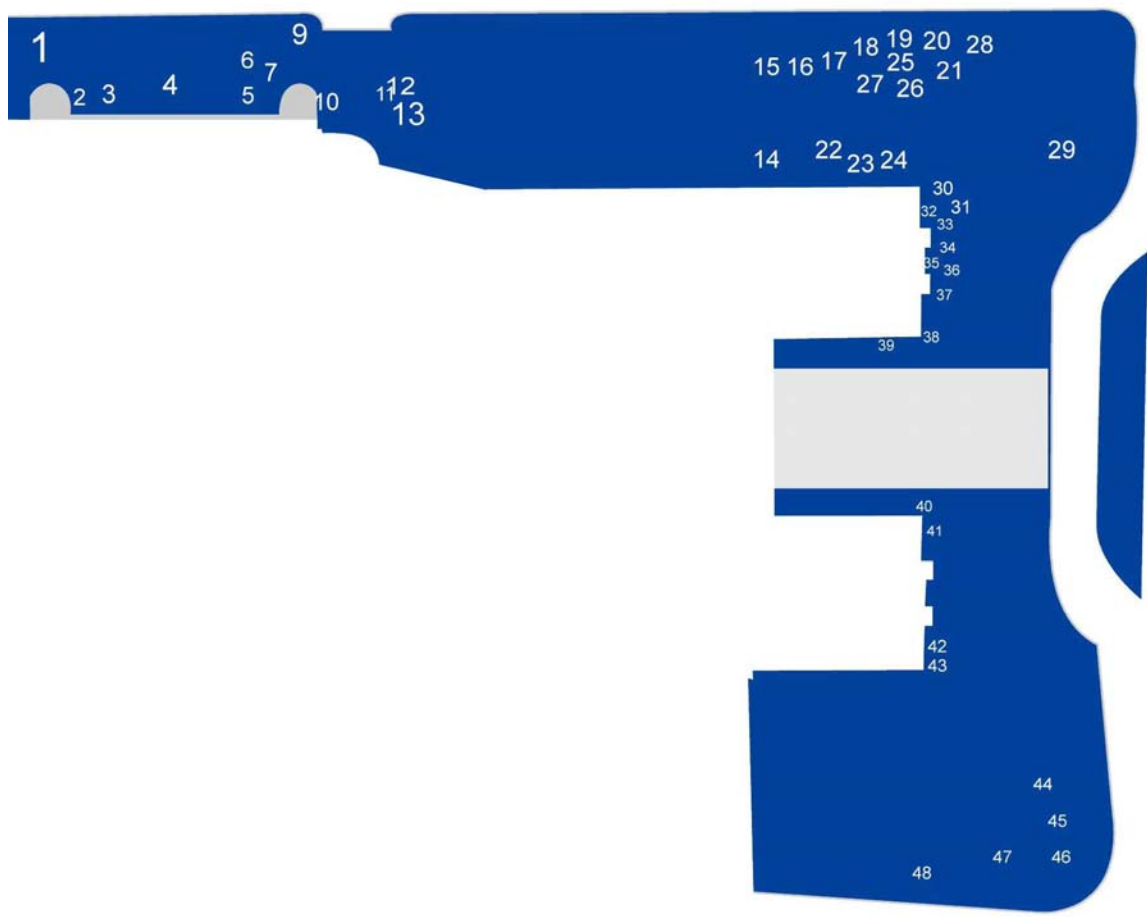


Figura 3. Zona 2

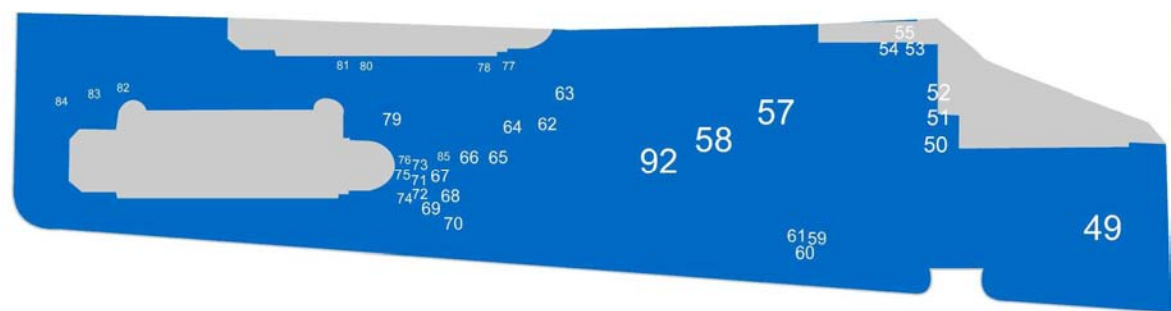


Figura 4. Zona 3

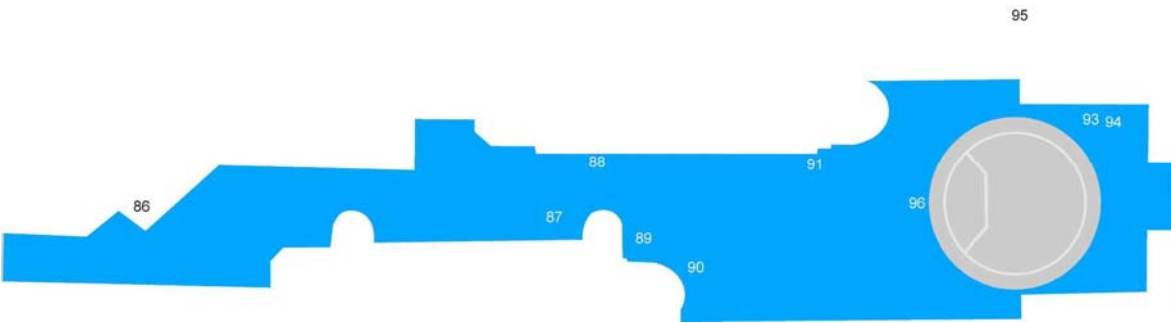
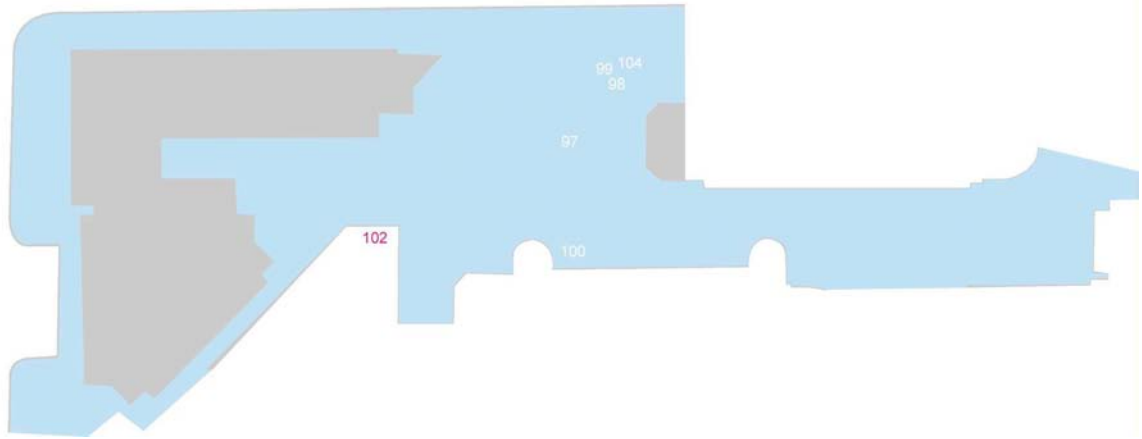


Figura 5. Zona 4



Clasificación numérica de las plantas:

- 1. nevado
- 2. philoendro gellium
- 3. palma del viajero
- 4. palma cola de zorro
- 5. midiusclaudis

- 9. palma mariposa
- 10. bifloras
- 11. ixoras
- 12. holly
- 13. nevado rojo

- 14. bambu chusky
- 15. palma sika
- 16. caracolito blanco
- 17. cineraria
- 18. aconto morado o rosado
- 19. lirio menocal
- 20. falsa ave y/o psitacorum
- 21. croto lluvia de oro
- 22. lantana variagada
- 23. grosellas abundancia
- 24. mosuendro blanco
- 25. helecho peineta
- 26. palma robelline
- 27. helecho de monte
- 28. heliconeas
- 29. palma bismark
- 30. camaron rojo
- 31. anto blanco y/o común
- 32. heliconea ginger roja
- 33. camaron amarillo
- 34. lengua de dragon
- 35. warneke
- 36. croto victoria
- 37. azulina
- 38. frailejón
- 39. durante
- 40. resucitado tondo rojo

- 41. ginger
 - 42. árbol de mango
 - 43. ginger variagado
 - 44. papiro
 - 45. heliconea rostrata
 - 46. guadua agustifolia
 - 47. enredadera copa de oro
 - 48. canción de jamaica
 - 49. acacia robiña
 - 50. anturio rojo
 - 51. anturio blanco mini y/o garza miniatura
 - 52. platicero cacho de venado
 - 53. bromelias
 - 54. bromelias
 - 55. sheflera variagada
-
- 57. palma guachintonia
 - 58. palma licuala
 - 59. durante
 - 60. palma roja
 - 61. castillo cola de ardilla y/o meyeris
 - 62. bromelia piña roja
-
- 64. marginata tricolor con pasto mani
-
- 66. sabila
 - 67. sauce lloron
 - 68. helecho de monte

- 69. ave de paraíso real
- 70. palma robellina
- 71. garza gigante
- 72. garza común
- 73. ebano
- 74. heliconia
- 75. enredadera corazón herido
- 76. lirio amarillo

- 78. palma botella
- 79. philoendro sanadú

- 81. palma viajero
- 82. pomaroso

- 84. palma bismarkia
- 85. bromelia tricolor
- 86. enredadera zapatico de reina
- 87. carbonero
- 88. philoendro limón

- 90. zapatico de reina

- 93. calactea cebra y/o zebrina
- 94. helecho nido de ave
- 95. frailejón
- 96. cola de zorro

- 97. dólar plateado
- 98. bromelia thilansias
- 99. bromelia baston
- 100. palma carton
- 101. lantana blanca
- 102. acanto blaco

Experiencia sensorial lúdica-didáctica. El proyecto apela a la relación de los seres humanos con el entorno y como lo percibe con los sentidos, para generar vínculos en la memoria y a nivel físico por medio de lo lúdico y lo didáctico.

Existe un mensaje por contar dentro del arboretum del U.A.O que la mayoría de personas no conocen, éste ofrece un potencial para el aprendizaje de diferentes temas de la flora. Es a partir de la experiencia sensorial lúdica (juegos que apelan a lo sensorial por medio de módulos interactivos para brindar información acerca de especies encontradas en el arboretum de la U.A.O) y la experiencia sensorial didáctica como se captará la atención de los usuarios, principalmente por medio de los recorridos y también con las señales informativas puntuales que relacionan las características de la planta con el usuario, para que la información se aprenda de una manera didáctica.

Es importante tener en cuenta que la experiencia no se puede generar sola, puesto que para que ésta se origine, es necesario que algo la active y establezca una relación directa con el usuario. Para poder desarrollar lo anterior se va a utilizar el diseño de información y el diseño señalético como puente para entregar el mensaje que se quiere dar.

El primer tipo de diseño se basa en transmitir la información de una manera inteligible y eficiente (utilizado en mayor medida en la experiencia sensorial didáctica), el segundo, ayuda al usuario para la ubicación en el espacio en donde se va a desenvolver, esta disciplina permitirá apropiarnos de las circulaciones existentes en la universidad mediante los recorridos propuestos y las señales emplazadas (utilizada en mayor medida en la experiencia sensorial lúdica).

Es de anotar que ambos diseños en forma mutua se refuerzan en cada una de las experiencias.

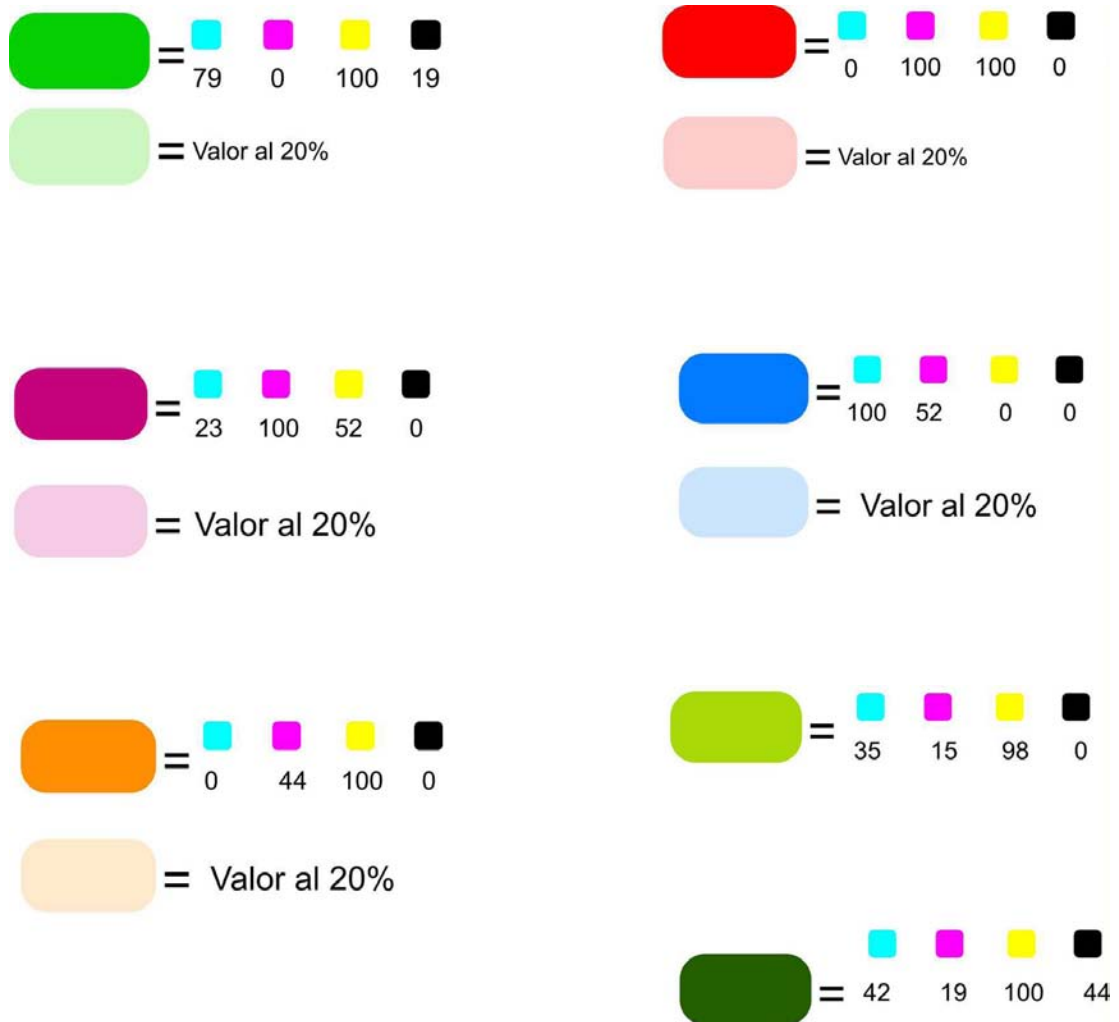
Elementos de la experiencia. Los elementos pertenecientes a la experiencia serán descritos a continuación:

Sistema señalético: Éste sistema es regido por el concepto de contraste, ya que las piezas buscan sobresalir del entorno de una manera discreta, queriendo decir con esto, que buscan un equilibrio entre el impacto visual y el protagonismo, para no interferir ni crear confusión con la señalización actual que posee la universidad y al mismo tiempo poder llevar el mensaje a la comunidad universitaria. Compuesto básicamente por las señales, los recorridos y las zonas de “estar” el sistema señalético nos sirve como elemento físico-espacial que es percibido por los sentidos de los usuarios.

Las señales: Son el alma del sistema, son las emisoras de los mensajes y las que indican los posibles recorridos dentro del espacio (ver más adelante información recorridos). Se debe considerar diferentes variables a nivel perceptivo como el manejo cromático, la tipografía y la simbología, y a nivel climático hay que contar con los tipos de señales que se van a usar y los materiales perdurables a la intemperie.

Color: El color es una parte fundamental en cuanto a captar la atención de los usuarios hacia la señal, es el primer paso para entregar el mensaje. Además nos connota emociones y sentimientos que podemos relacionar con el resto del contenido de la experiencia.

Tabla 8. Composición cromática.



En éste proyecto encontramos 5 colores: 2 calidos y 3 fríos que, son el rojo asociado con el sentido de la visión, el naranja relacionado con el gusto, el azul con la audición, el verde para el tacto y el violeta con el olfato, abarcando los colores que nos brinda el mismo arboretum.

Tipografía: Se utilizarán dos fuentes para las señales y módulos que son: la Verdana que maneja un alto índice de legibilidad y lecturabilidad gracias a que es sans serif, perteneciente a la familia Lineal Modulada; que aporta un aire moderno y simple a las piezas. La otra tipografía se llama Porcelaine y es una fuente que encaja en la familia de las Scriptas, y contribuye al sentido estético y decorativo, pero por su complejidad morfológica no se utiliza en grandes bloques de texto, sino exclusivamente como la primera letra del texto, lo que en diseño editorial se conoce como letra capital.

Figura 6. Tipografías elegidas



Simbología: El manejo de los símbolos es de un nivel de abstracción medio, lo que quiere decir que el grado de iconicidad se encuentra en un punto intermedio, donde los trazos definirán el contorno de los símbolos para dar forma a las

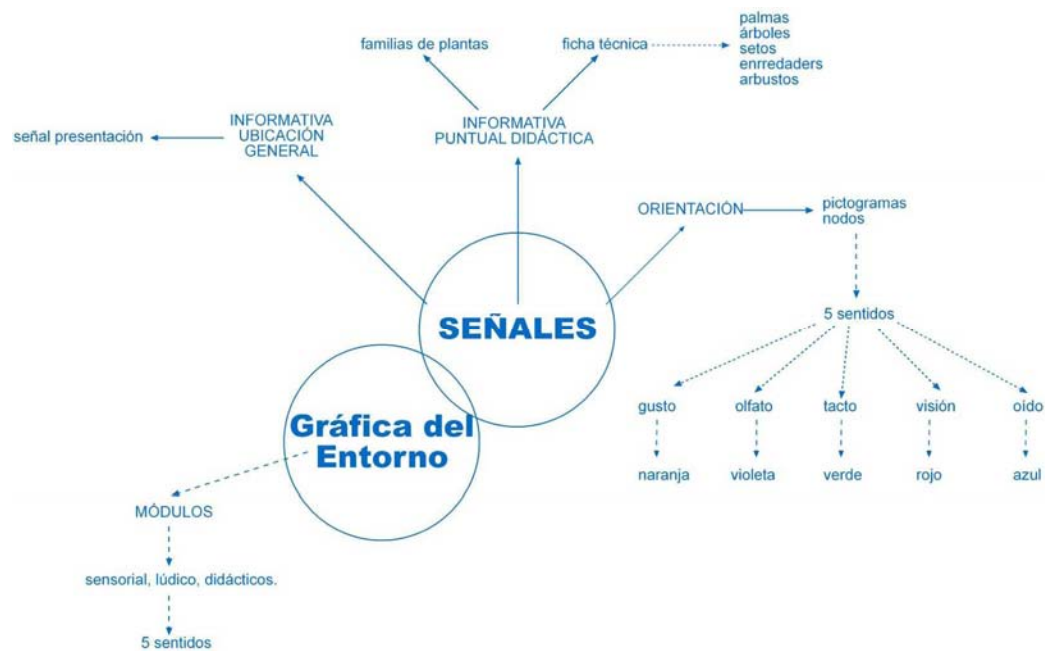
representaciones de los 5 sentidos propuestas para el proyecto. En un caso paralelo se trabaja los pictogramas con el mismo principio y se ajustan a la unidad visual.

Figura 7. Pictogramas



Tipos de Señales:

Tabla 9. Mapa conceptual de señales.

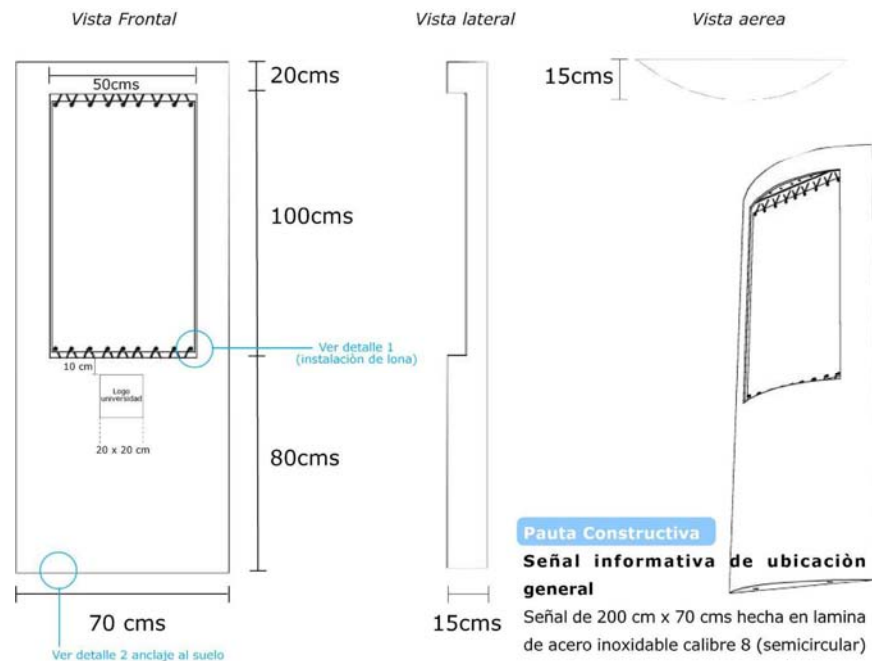


Todo sistema señalético tiene diferentes tipos de señales, en éste caso particular se manejan 3 tipos de señales diferentes que han sido mezcladas para ajustarse a las necesidades de nuestra aproximación con los usuarios, teniendo en cuenta que la información debe captar la atención, mostrar los datos y sugerir un camino para comenzar con la experiencia por el arboretum:

- Señales Informativas de ubicación-general: estas señales son las principales, las que brindan información al usuario en un tono amigable, acerca del proyecto, de los recorridos, la flora, etc. También ofrece el sentido de ubicación gracias a que presenta el plano del campus con los sitios de interés del trabajo. Toda esta información es a un nivel muy general, como un abre bocas para incentivar al público.

Figura 8. Señales informativas de ubicación general

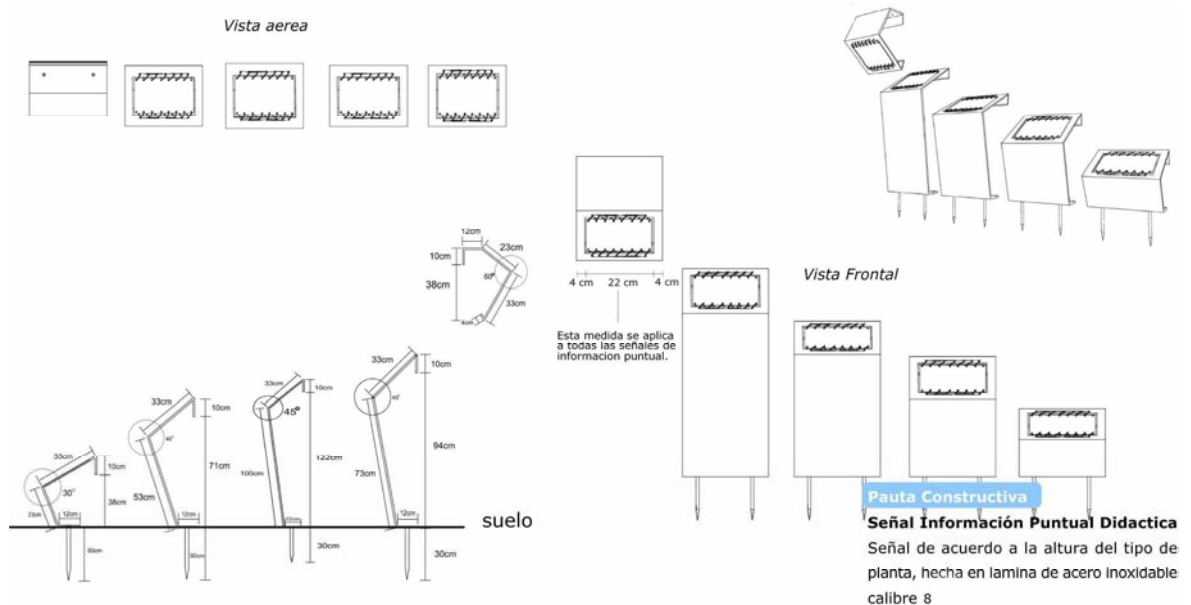
Pauta Constructiva:

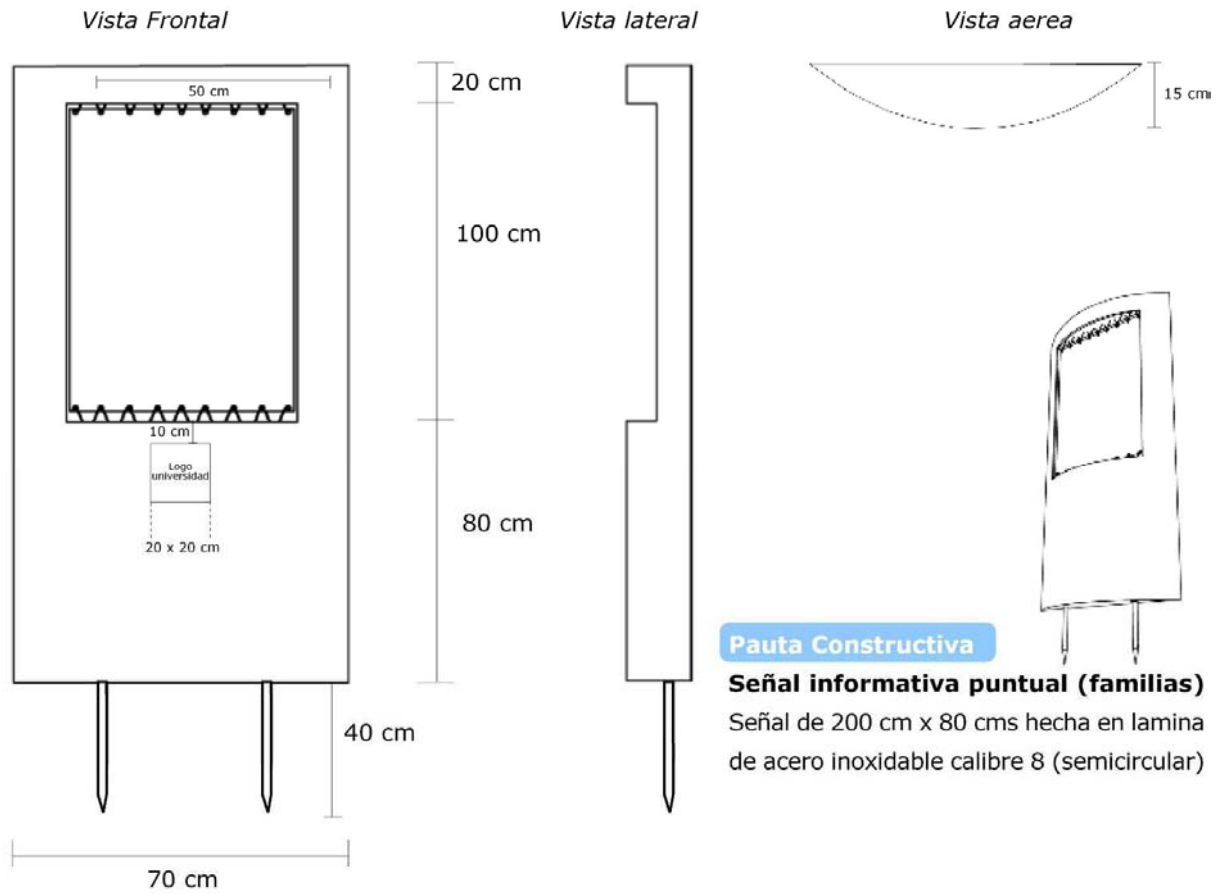


- Señales informativas puntuales-didácticas: Están divididas en dos: unas tendrán la información detallada de la flora del arboretum como el nombre común, el nombre científico, el origen y la familia a la cual pertenece y se encuentran distribuidas por todo el espacio intervenido, las otras tendrán única y exclusivamente la información de las familias mas representativas del arboretum, se diferenciaron de todas por ser mas pequeñas y estar adornadas a su alrededor con las plantas de las familias. El tono utilizado para comunicar será científico.

Figura 9. Señales informativas puntuales-didácticas

Pauta Constructiva:

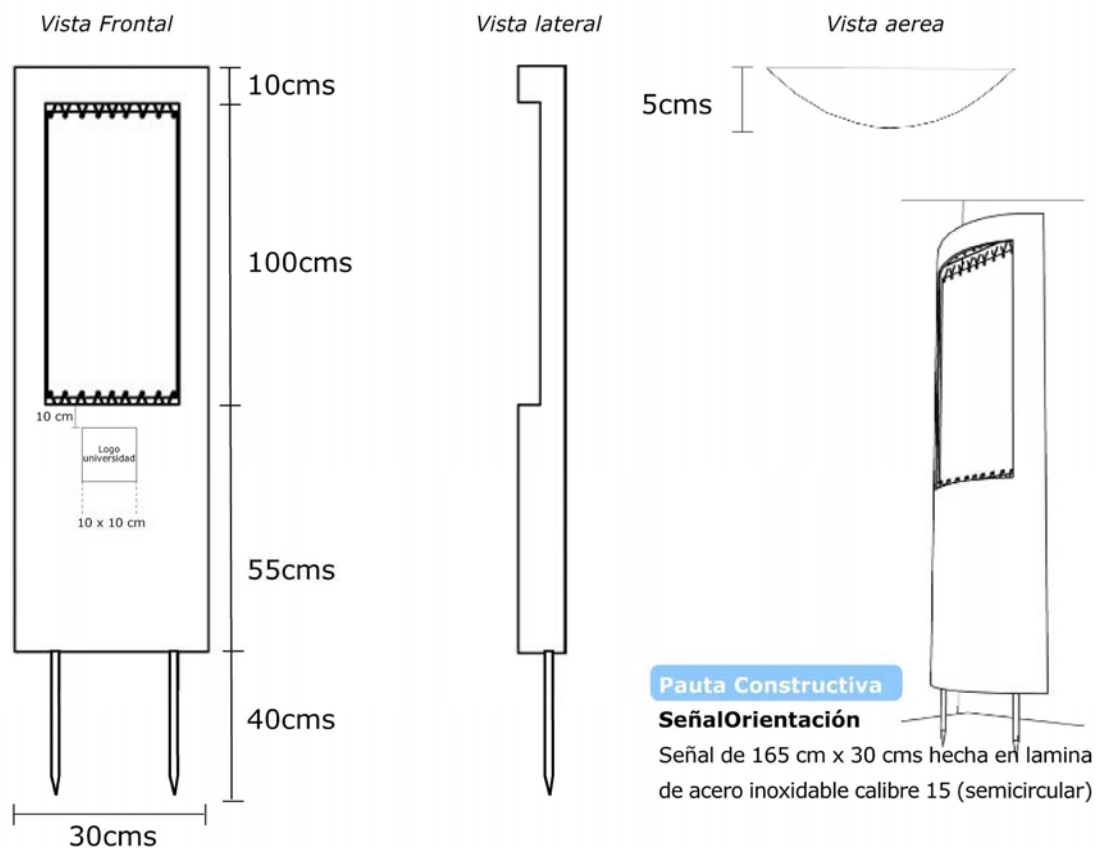




- **Señales de orientación:** son las que tienen símbolos o pictogramas que orientan a los usuarios dentro del espacio. Éstas se encuentran ubicadas en los nodos o intersecciones de los recorridos trasladando al público hacia los módulos interactivos y permitiéndoles encontrarse en ese camino con las señales informativas puntuales-didácticas.

Figura 10. Señales de orientación

Pauta Constructiva:



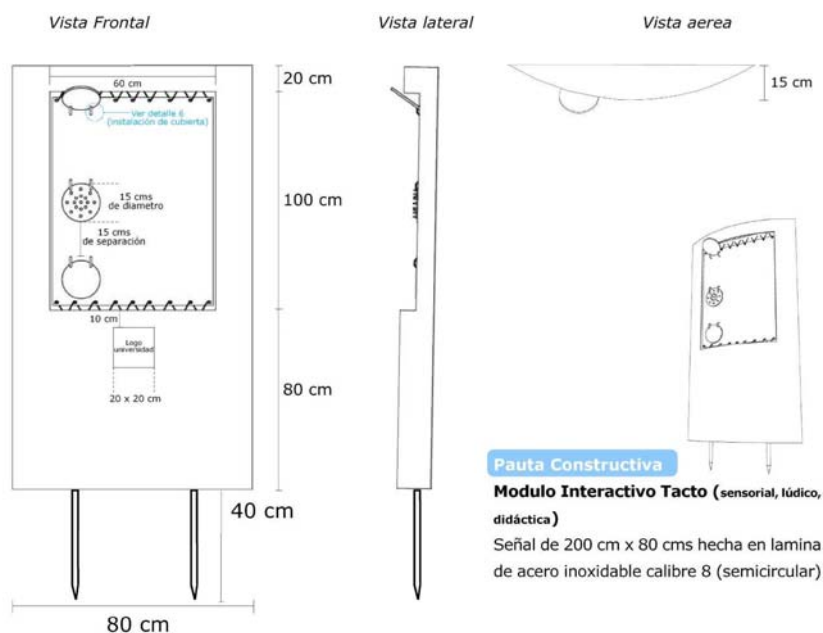
- **Módulos sensorial-lúdico-didáctico:** estos módulos aluden a los 5 sentidos, contienen juegos de aprendizaje didáctico, porque entregan el mensaje de una manera más eficaz. Los temas tratados son ligados a información que

contiene el arboretum y se usan los canales preceptuales para llevar ese mensaje, por ejemplo, palpar la textura de una planta y relacionársela a la persona con la imagen de la planta o permitir degustar el fruto de un árbol para ayudar a generar una experiencia general con éstas experiencias particulares.

- **Módulo tacto:** por medio de tablillas circulares que están instaladas en la lona sujeta por unos aros plásticos, el usuario podrá palpar texturas sintéticas ubicadas en el frente de la tabla que simulen las reales, las cuales se dan a conocer al dorso de ésta. Este módulo permite remplazar las tablillas por nuevas partes con diferentes texturas cuantas veces sea necesario.

Figura 11. Módulo tacto

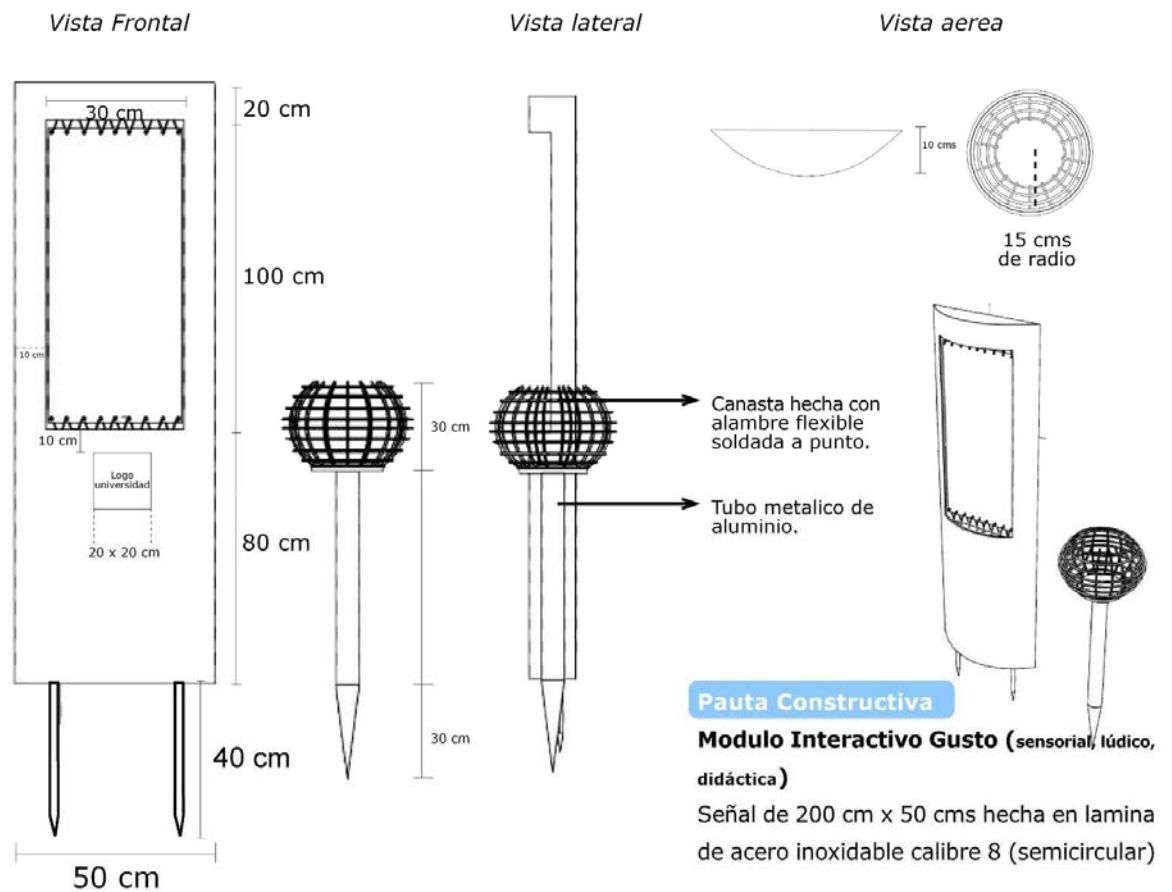
Pauta Constructiva:



- **Módulo gusto:** un mensaje que aparece en la lona invita al usuario a tomar un fruto que esta ubicado en una canasta cerca de la pieza.

Figura 12. Módulo gusto

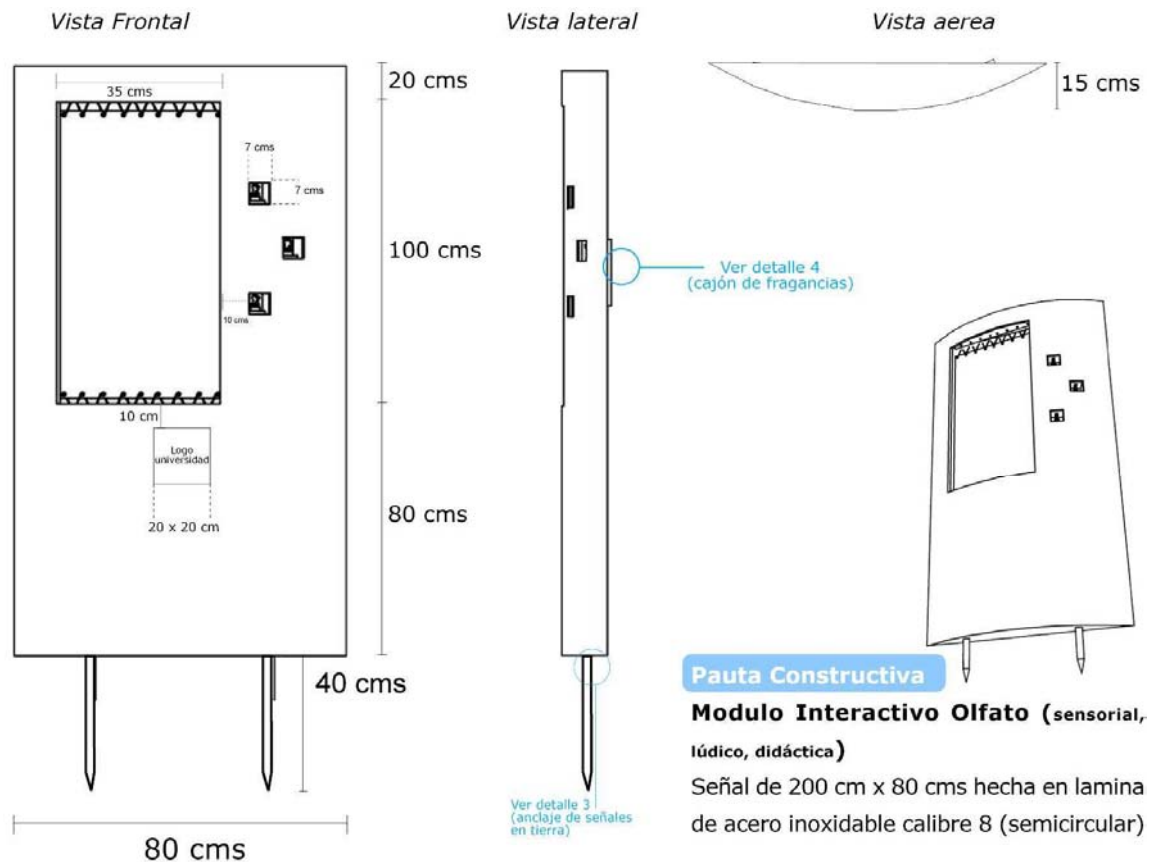
Pauta Constructiva:



- **Módulo olfato:** diferentes fragancias que se encuentran en unos atomizadores, que a su vez están ubicados en unos cajones en la parte posterior, ubicadas en la parte derecha del módulo podrán ser presionados para que la fragancia pueda ser percibida en una proximidad. Las fragancias podrán ser remplazadas fácilmente por otras.

Figura 13. Módulo olfato

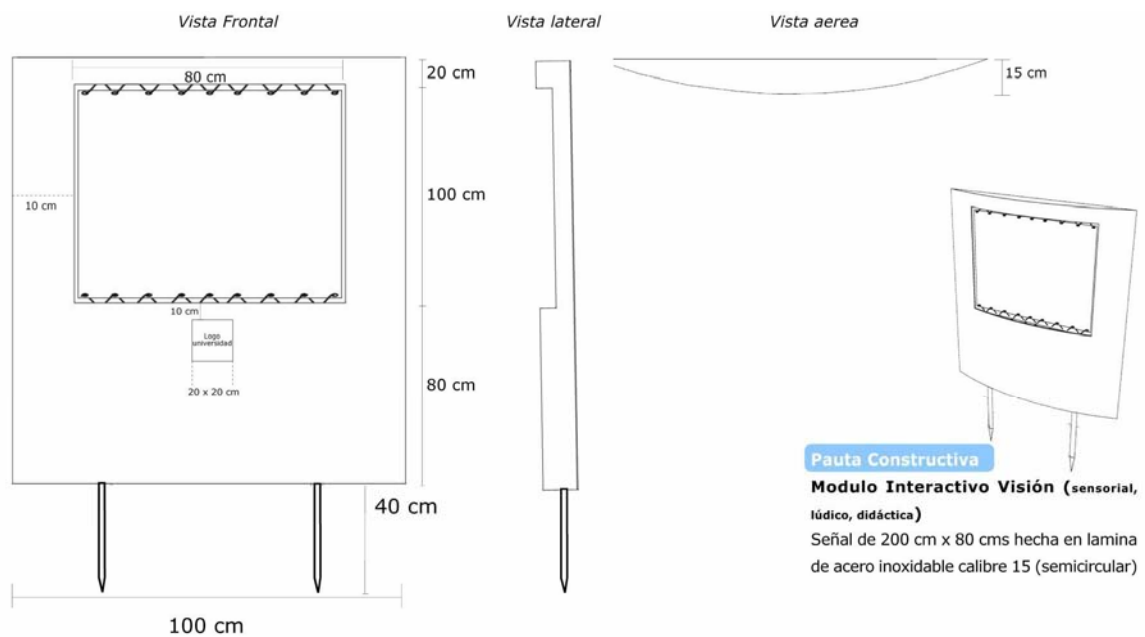
Pauta Constructiva:



- **Módulo visión:** aquí encontraremos un juego denominado “encuentra el mensaje”, que es acerca de unir unas letras que aparentemente están en desorden, pero que gracias a un hilo conductor al final se podrá encontrar un dato curioso sobre la flora que hay en el arboretum.

Figura 14. Módulo visión

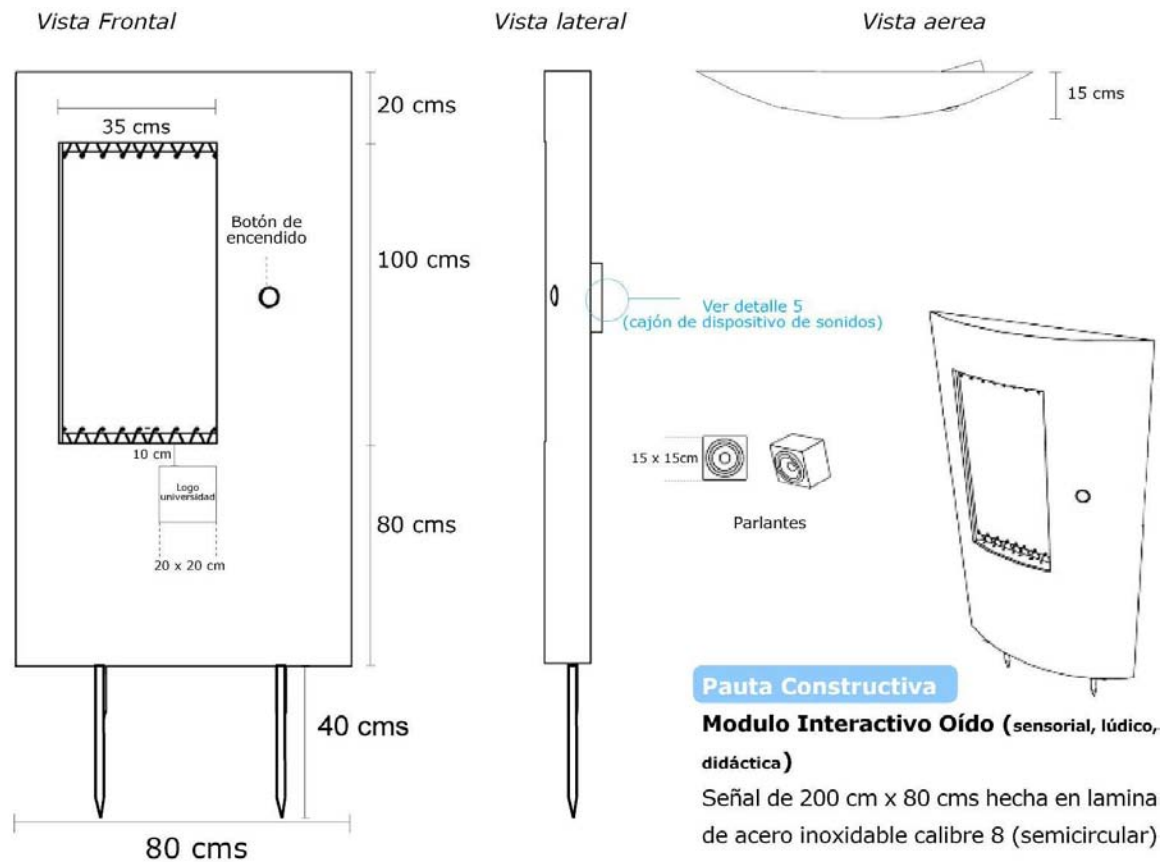
Pauta Constructiva:



- **Módulo Auditivo:** el módulo tendrá un botón que funciona como interruptor y acciona una memoria, permitiéndole al usuario escuchar el “track”, al mismo tiempo contiene un mensaje que invita al usuario a recorrer un breve camino escuchando sonidos relajantes. El “track” puede ser sustituido por otros al cambiar la memoria.

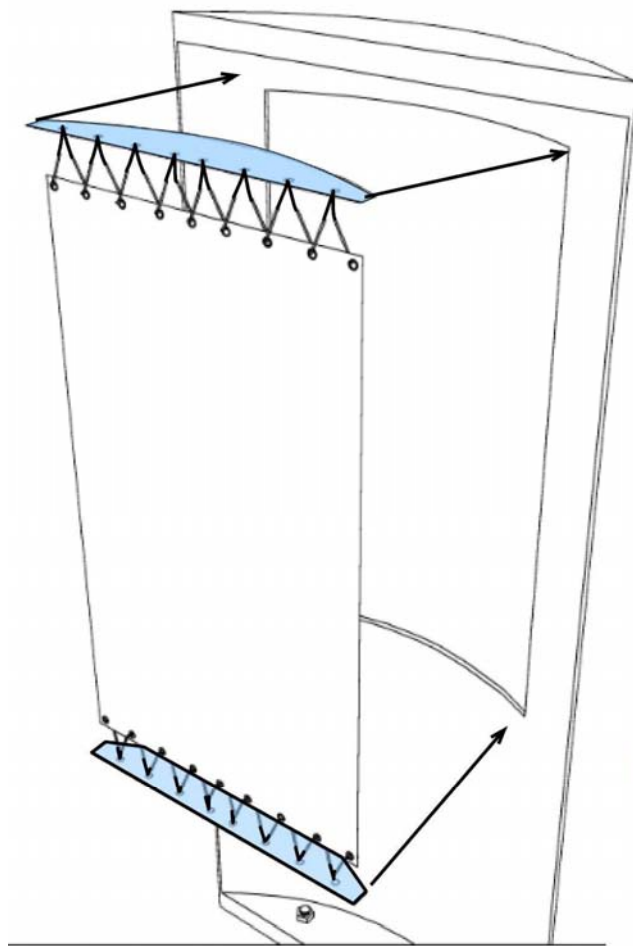
Figura 15. Módulo oído

Pauta Constructiva:



Detalles:

Figura 16. Detalle 1



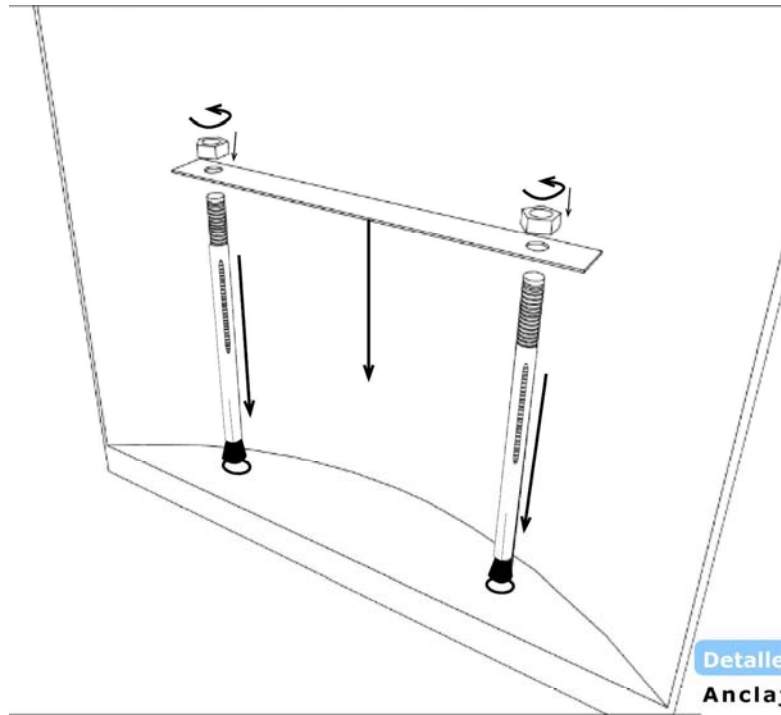
Detalle 1

Instalación de la Lona

Lamina de acero inoxidable recortada en forma semicircular, soldada al cuerpo de la señal por su interior y con perforaciones para admitir la cuerda de nylon número 4

Este detalle se aplica para todas las piezas del sistema, excepto las señales puntuales didácticas.

Figura 17. Detalle 2

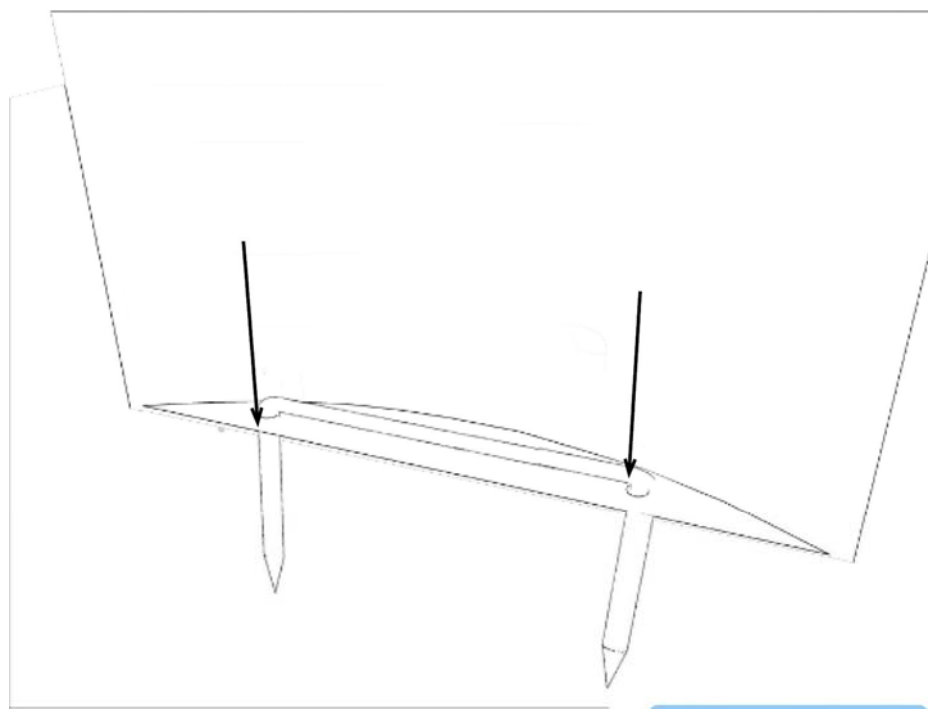


Detalle 2

Anclaje al suelo de cemento

2 agujeros al cuerpo inferior de la señal permiten el empate del tornillo de anclaje con la misma, para luego ubicar una lamina que sirve para generar presión y no dañe la pieza, y posteriormente atornillar las tuercas.

Figura 18. Detalle 3

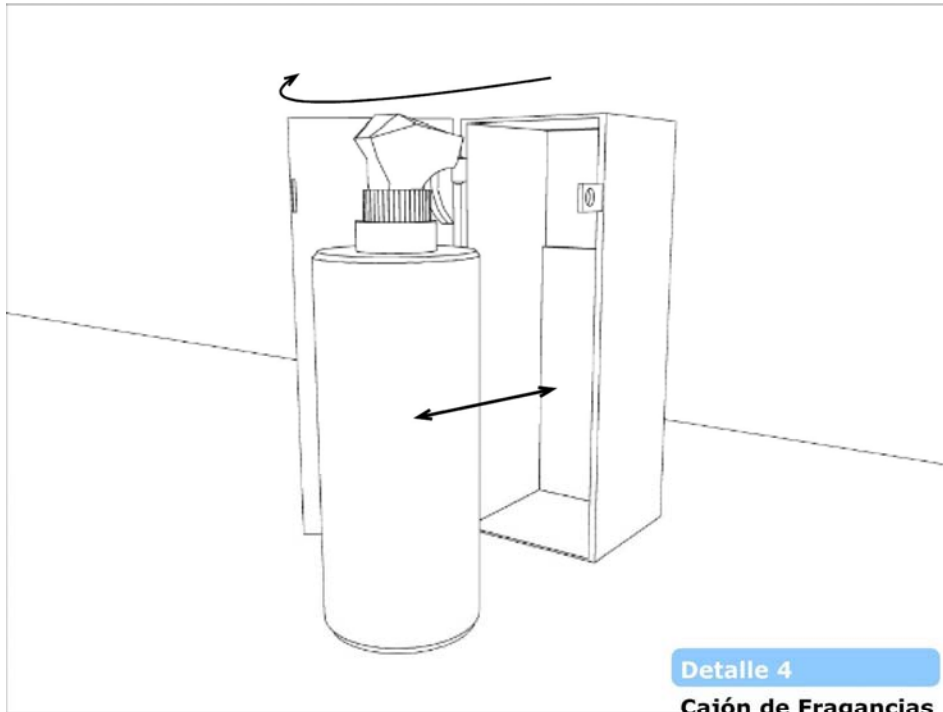


Detalle 3

Anclaje al suelo en tierra

2 agujeros al cuerpo inferior de la señal permiten el empate del pin y la unión del cuerpo de ésta, así se empotra al suelo.

Figura 19. Detalle 4



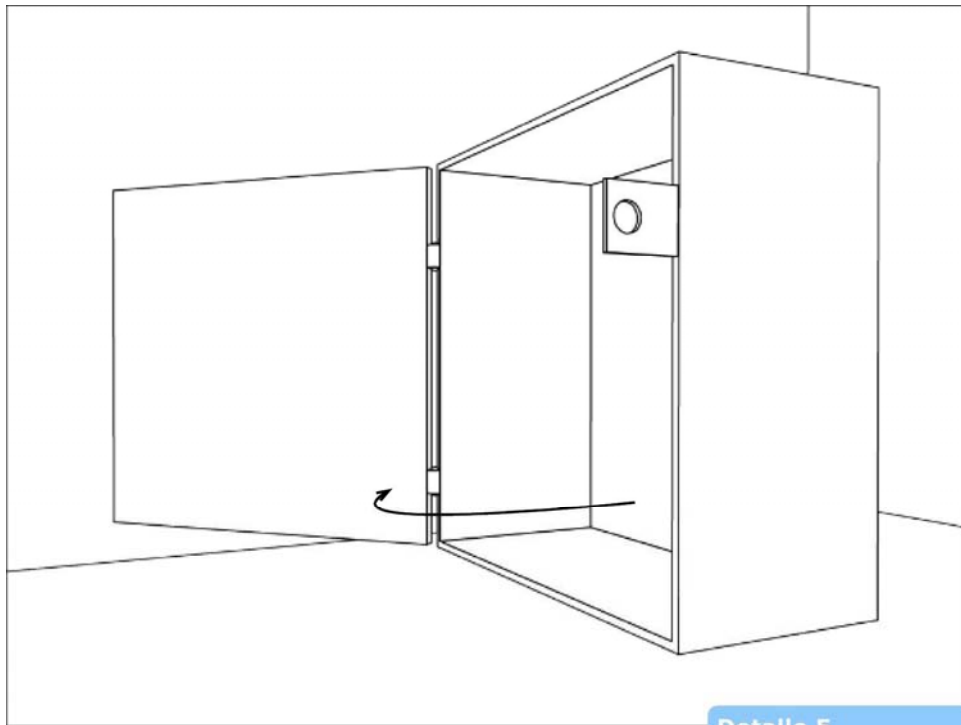
Detalle 4

Cajón de Fragancias

El cajón tiene una puerta con visagras que permite acceder al atomizador para reemplazarlo por otro cuando sea necesario.

Por razones de seguridad tendrá candado.

Figura 20. Detalle 5



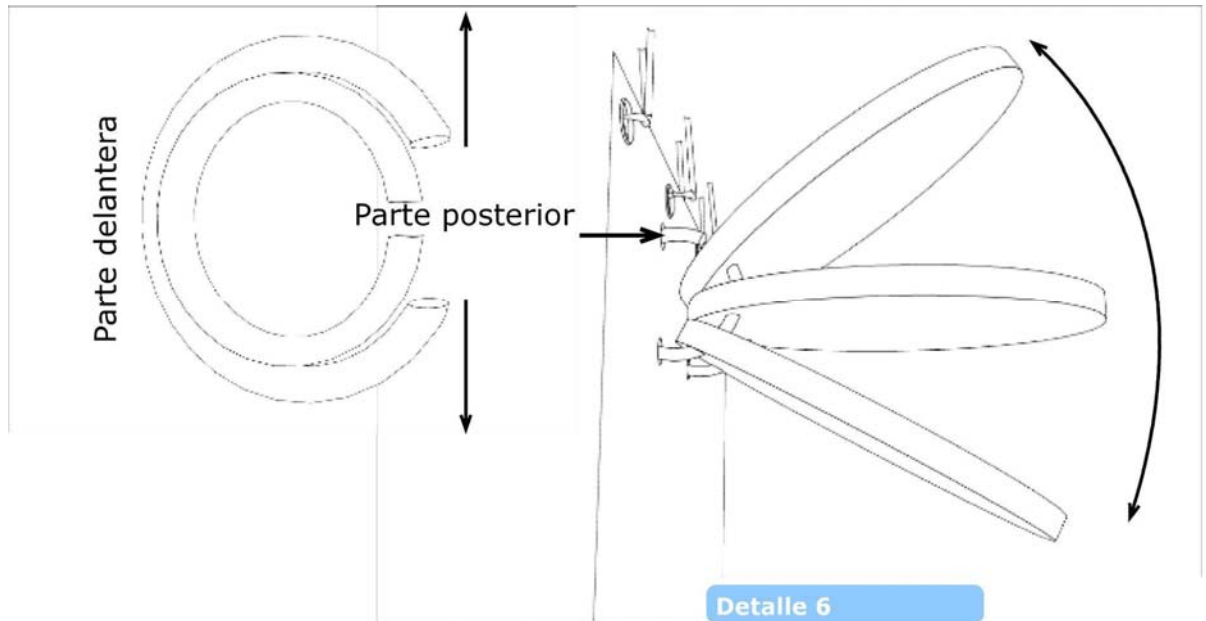
Detalle 5

Cajón dispositivo de sonido

El cajón tiene una puerta con visagras que permite acceder al dispositivo y efectuar cambios o reparaciones cuando sea necesario.

Por razones de seguridad tendrá candado.

Figura 21. Detalle 6



Detalle 6

Instalación de cubierta

Anillos de plástico flexibles son insertados en los agujeros de la lona que tienen ojales para que no se rasgue, para luego insertar la tablilla o removerla si es el caso.

Movilidad del Sistema: Teniendo en cuenta que el Arboretum de la U.A.O tiene su propia movilidad en cuanto al traslado de ciertas plantas de un lugar a otro dentro del campus y que esto se da en un promedio semestral o anual,¹¹ el sistema señalético ha sido diseñado para facilitar el cambio de la lona para que la información sea reemplazada. Se puede cambiar de dos maneras diferentes: la primera, como se muestra en el *detalle 1*, la lona es atada por medio de una cuerda de nylon que puede ser fácilmente removida y atada en otra señal, y la segunda es gracias al sistema de anclaje que se menciona en el *detalle 2 y 3*, donde es posible el traslado de la señal completa para ser colocada en el lugar requerido. De esta manera no solo se le brinda una comodidad al personal de trabajo, sino que también brinda la posibilidad de moverse de acuerdo a futuras necesidades que pueda tener el jardín y su reestructuración.

Materiales: Los materiales adecuados para suplir las diferentes necesidades que han surgido en el proyecto, como costos económicos, durabilidad ante el clima, buen impacto visual y que cumpla el concepto de contraste son: láminas de acero inoxidable, cuerda de nailon numero 4 color negro y lona impresa en formato digital impreso con tintas para exteriores.

11 ENTREVISTA con Dimas Yaguapaz, Supervisor de jardines de la U.A.O. Santiago de Cali, 30 de agosto de 2006.

Lonas Graficadas:

Figura 22. Lona de señal informativa y ubicación general



Figura 23. Plano de ubicación general mostrado en la señal anterior

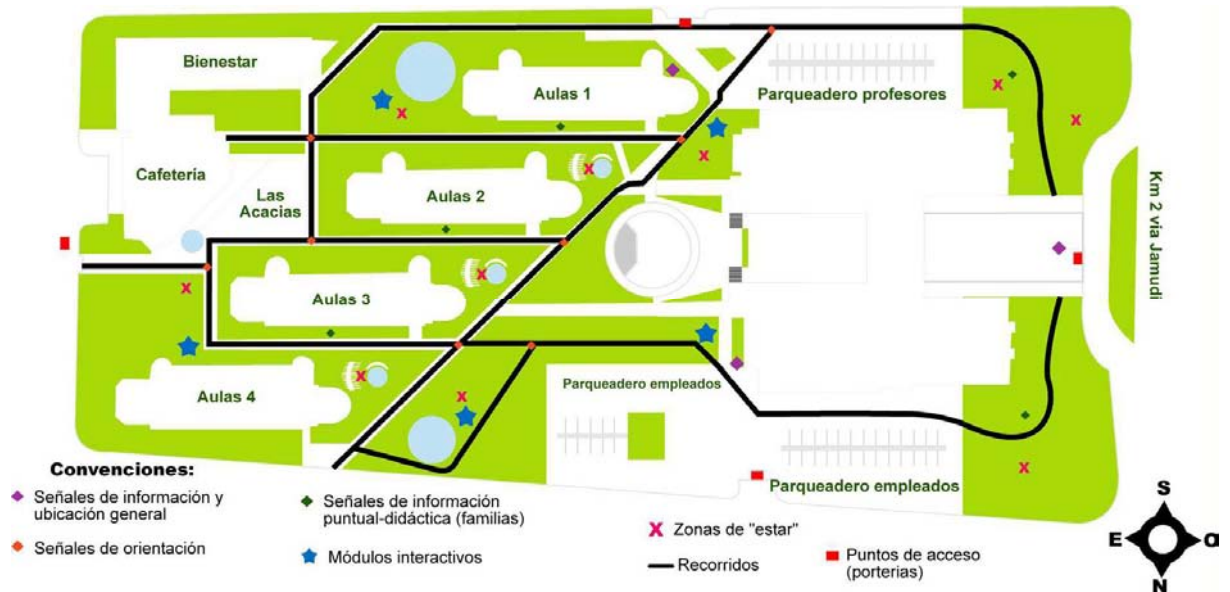


Figura 24. Lona señal informativa puntual didáctica



Figura 25. Lona de señal informativa puntual didáctica (familias)



Figura 26. Lona módulo interactivo tacto



Figura27. Lona módulo del gusto

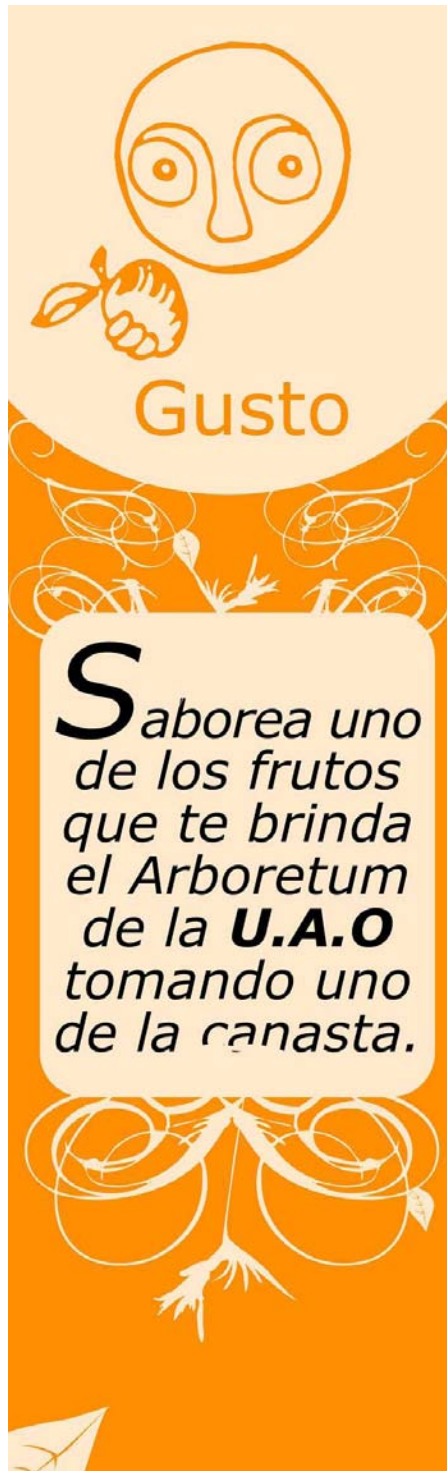


Figura 28. Lona módulo interactivo olfato



Figura 29. Lona módulo interactivo visión



Figura 30. Lona módulo interactivo audición

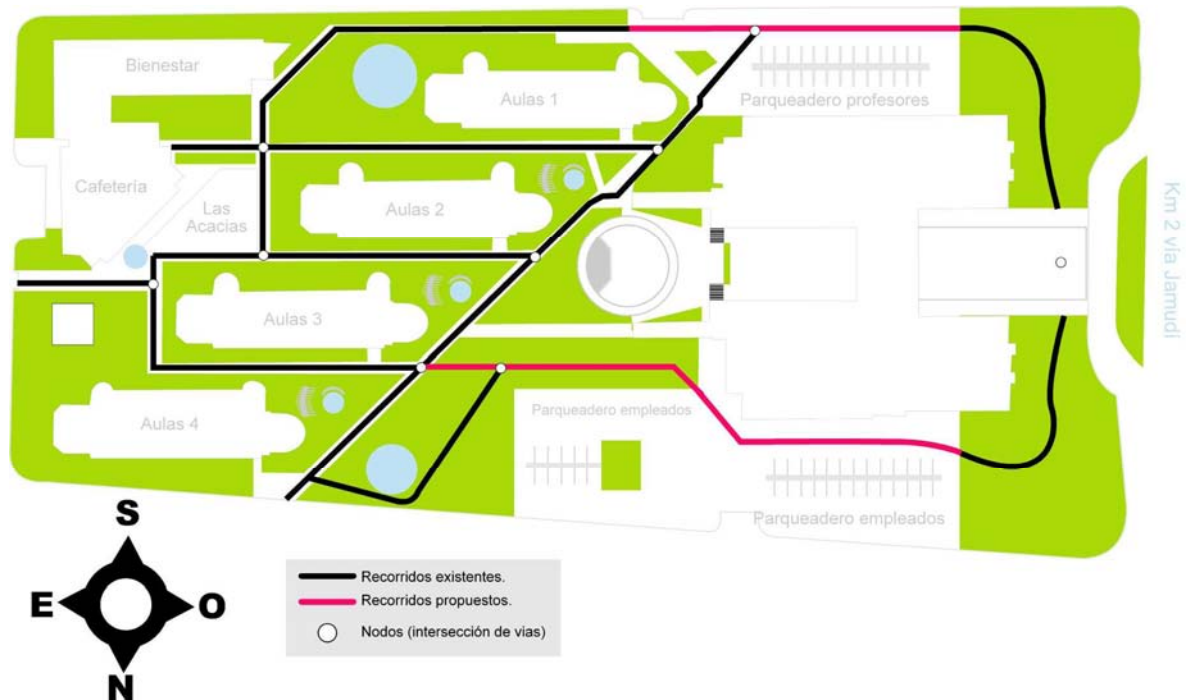


Figura 31. Señal de orientación



Recorridos:

Figura 32. Planos de recorridos



Son las vías que conducen a los usuarios a interactuar con el entorno, condicionados por la arquitectura del campus universitario y los caminos existentes. Los recorridos se han planteado con base al principio de los sistemas de riego donde un punto de acceso (portería) permite el flujo de las personas de una manera lógica y consecuente hacia el destino del usuario, como se puede observar en el mapa de recorridos.

Éstos recorridos son atemporales y multidireccionales en relación con los nodos o intersecciones, donde entre nodo y nodo el usuario encontrará una experiencia didáctica a través de la señal informativa-puntual (ver **Tipos de Señales del proceso creativo**) y éstos a su vez indican la ruta y el sitio de la experiencia sensorial lúdica de los módulos interactivos. Los recorridos están divididos por dos

tipos de caminos: los existentes que ya están construidos dentro de la universidad y los propuestos con base a la continuidad de dichos recorridos.

Material impreso: otro factor a tener en cuenta que ayudara en la ejecución de los recorridos es un plegable impreso que servirá como guía del arboretum, mostrando el mapa con los sitios de interés, zonas de estar y otra información relevante acerca del proyecto. Se entregara a las personas que accedan a la universidad de manera directa y personal, gracias a la ayuda de los empleados encargados de las porterías.

Figura 33. Plegable impreso

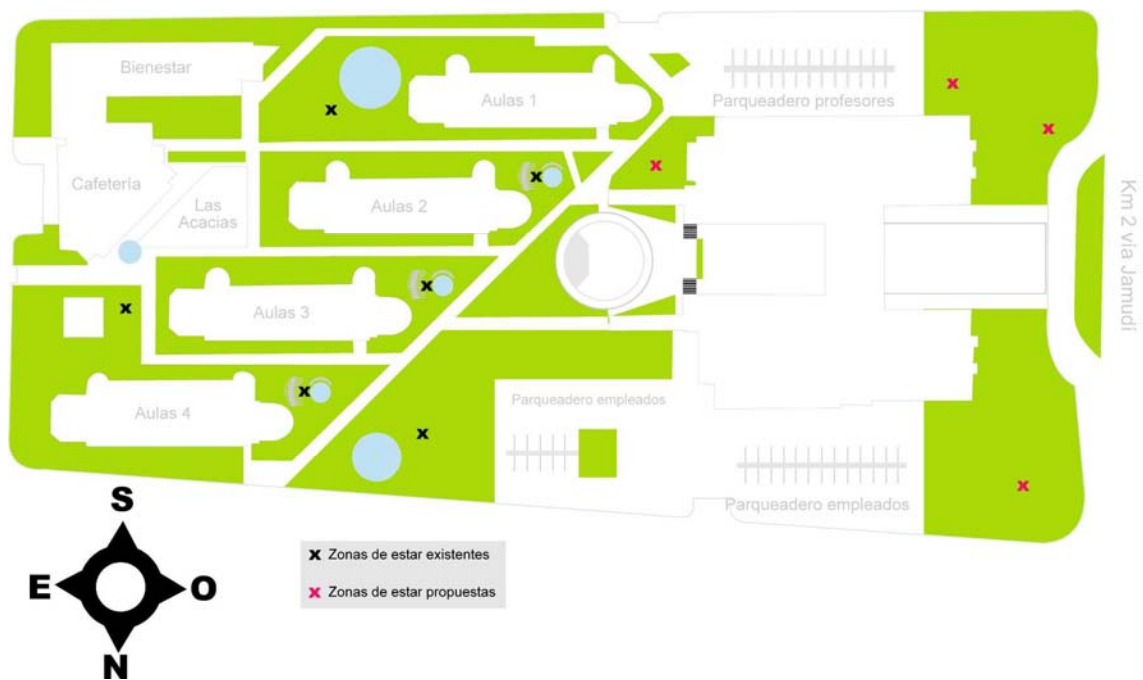


Zonas de “ESTAR”

Durante el los recorrido realizado durante la investigación se presentaron factores que influían en la disposición del usuario para caminar por el arboretum, como por ejemplo el calor, el cansancio y la sed.

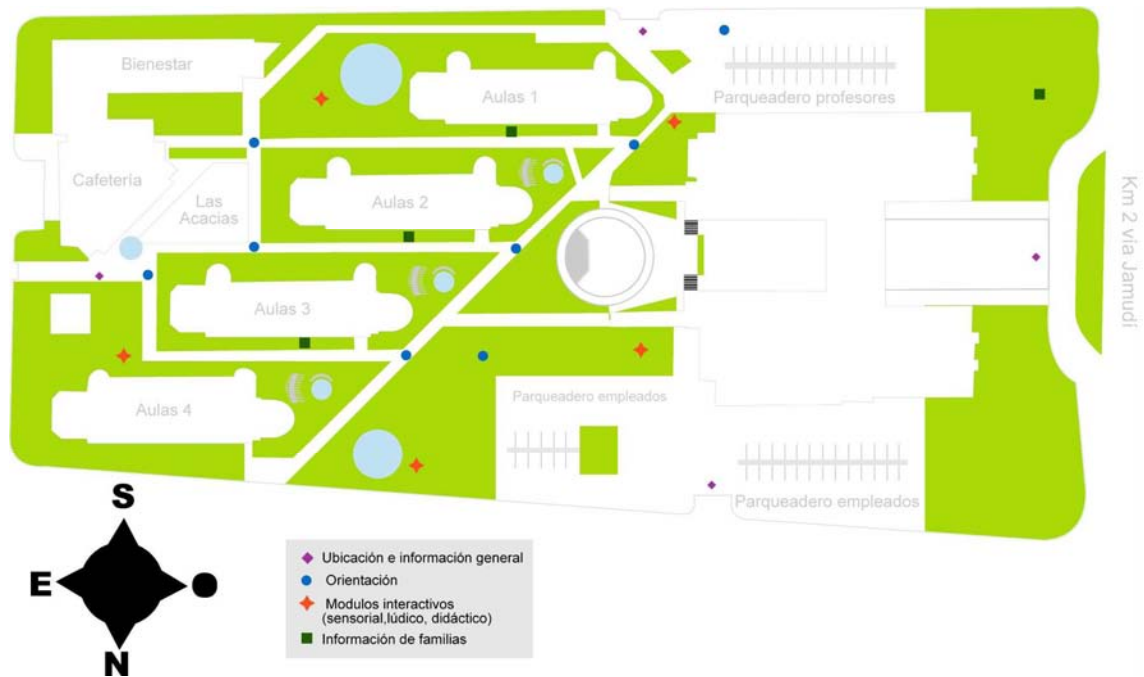
Se definen zonas de “estar” teniendo en cuenta que su finalidad dentro de la experiencia es brindarle unos espacios a los usuarios en donde se pueden realizar algunas actividades como descansar, admirar el entorno, charlar, estudiar, enamorarse, etc. Se utilizaran algunas zonas que ya existen en el campus y otras que se proponen para apropiarse de espacios que sirven para éste fin.

Figura 34. Plano de localización de zonas de estar



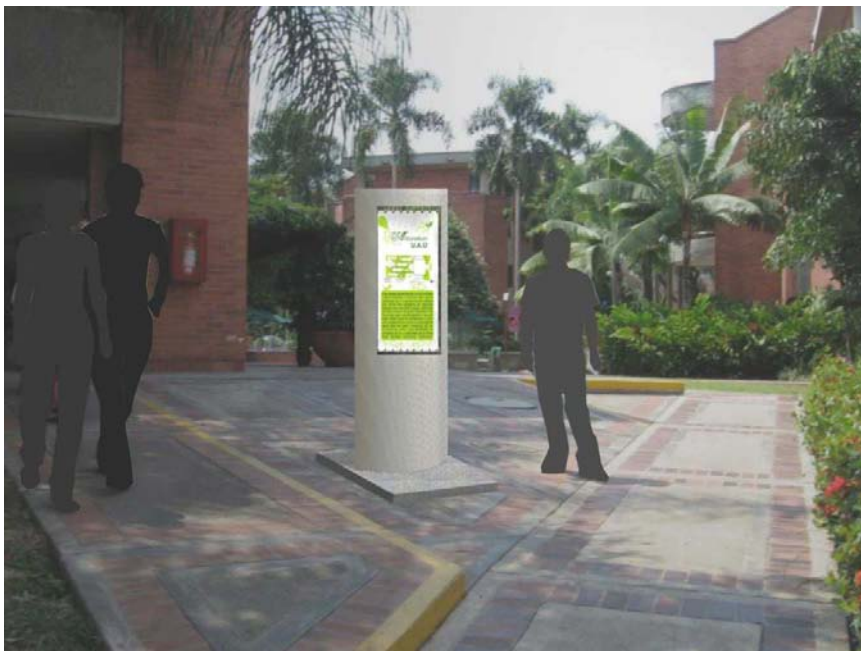
Ubicación de las señales:

Figura 35. Plano de localización de señales



Las señales están localizadas en puntos estratégicos del campus de acuerdo a la fluencia de personas en los diferentes lugares de la universidad.

Localización señales Informativas de ubicación-general: estas señales están ubicadas en los 4 puntos de acceso de la universidad (porterías) cumpliendo una función de presentación a la comunidad universitaria y sus visitantes dándoles un abrebocas de la existencia del arboretum que hay en sus instalaciones.



Localización señales informativas puntual-didácticas: Teniendo en cuenta que estas señales se dividen en dos, la ubicación de aquellas que traen la información detallada de cada planta, estarán distribuidas por todo el arboretum y la ubicación de las que brindan la información exclusiva de las familias de las plantas estarán ubicadas en sectores donde el flujo de gente sea bastante considerable como los pasillos entre las aulas.



Localización señales de ubicación: como se puede observar en el plano éstas estarán ubicadas en los nodos (intersecciones de caminos) para así poder guiar al usuario hacia el lugar del arboretum que desee.



Localización módulos sensoriales lúdico-didácticos: para la ubicación de estos módulos se tuvo en cuenta los lugares donde se facilitara el encuentro del usuario con el modulo, pero 2 de estas 5 piezas tienen razones diferentes para su ubicación. Para una (módulo audición) fue las condiciones arquitectónicas de la planta física de la universidad que determino donde estará ubicada y la otra (módulo gusto) la condicionante fue la misma flora del arboretum que es el árbol que nos proveerá el fruto para degustar.







Fases de nuestra experiencia. Atracción: la seducción con los usuarios comienza con las señales informativas de ubicación general, al impactar visualmente, generar curiosidad y romper el esquema normal del campus universitario. Una vez entren en contacto con la pieza, ésta invitara al público a vivir la experiencia.

Compromiso: la experiencia se vive a través de los recorridos, de las señales y módulos interactivos, también se construye en otros aspectos como lo social al interactuar con otras personas que comparten la experiencia. La experiencia se puede concluir en cualquier momento debido a que nuestros recorridos son atemporales, entonces se puede terminar después de interactuar con un solo modulo.

Conclusión: la experiencia del arboretum deja en las personas una sensación de aprendizaje que es disimulado por lo lúdico, además nos da la sensación de satisfacción y sentido de pertenencia con la universidad al entregar a la comunidad proyectos novedosos.

Extensión: es generada por toda la experiencia y se ve en la permanencia del mensaje en la mente de los usuarios, cuando las personas por medio de la palabra hablada recomienden vivir la experiencia o si inspira a realizar un proyecto similar o referencia nuevos temas de estudio la experiencia se extendió.

Diseño de Información: Con este elemento en particular tratamos la información adquirida por la investigación y la adaptamos al tipo de público teniendo en cuenta su nivel psico-social y cultural, para no crear confusiones durante el transcurso de los recorridos.

Pensando en los mensajes que transmite la experiencia y el tiempo requerido para poder penetrar las mentes de los usuarios, es claro que deben ser concisos e inteligibles al público para no hacerlos perder el interés y que continúen viviendo la experiencia.

También es importante resaltar el diseño de la información a nivel de especificaciones del proyecto, observando que su importancia reside en la adecuación física de las piezas y módulos para generar la experiencia.

Proyecciones a Futuro: Este trabajo puede unirse a otros proyectos que sean similares, como es el caso del proyecto Ciudad Bosque de los docentes Ricardo Castro y Jaime López de la U.A.O. “Es un planteamiento que considera el potencial paisajístico arbóreo de Cali para que a través de una estrategia comunicativa gráfica y las metodologías consecuentes por el diseño gráfico, en el futuro se consoliden como un nuevo imaginario urbano por encima del de la capital de la salsa y la estética física. Todo esto a considerar configuraciones urbanas encontradas a lo largo y ancho de Cali que pueden ser visitadas como una experiencia sensorial lúdica-didáctica in situ; y también, a través de los medios virtuales de comunicación (Internet-guía virtual interactiva)”.¹² Este proyecto convertiría a la universidad como una de esas configuraciones urbanas que podemos encontrar en la ciudad a lo largo y ancho de ella funcionando como una sede que se puede visitar y a su vez conocer acerca del patrimonio arbóreo de la ciudad.

12 ENTREVISTA con Ricardo Castro, Docente de la U.A.O. Santiago de Cali, 15 de enero de 2007.

7. CONCLUSIONES

- Se generó una experiencia sensorial lúdico-didáctica para que los usuarios reconozcan la belleza del arboretum de la U.A.O y además aprendan de una manera diferente acerca del patrimonio arbóreo que contiene el campus. Es gracias al diseño señalético y el diseño de información que pudimos extraer los elementos conceptuales y morfológicos para plasmar por medio de diferentes señales y módulos interactivos la experiencia.
- Diseñar experiencias no es algo implícito que se realiza como un cartel o un volante, es algo que se conjuga con otras disciplinas para poder volverse real y tangible, es algo que busca adentrarse en la mente del usuario y generar recordación de algo especial que perdure en el tiempo.
- El diseño gráfico es una profesión tan amplia que permite la mezcla de varias de sus ramas para crear un todo y aplicarlo a un objetivo. Hay que buscar proyectos que valgan la pena el esfuerzo de la preparación de dicha mezcla.

BIBLIOGRAFÍA

Alfil – español Diseño de experiencias del usuario [en línea]. Barcelona: Peter Morville, 2004. [consultado 4 de Enero de 2007]. Disponible por Internet en: http://bibliotekarios.blogspot.com/2004_10_01_bibliotekarios_archive.html

COSTA, Joan; MOLES, Abraham. Imagen Didáctica. Barcelona: Ediciones CEAC, 1991. 272 p.

COSTA, Joan. Señalética. 2 ed. Barcelona: Editores CEAAC,S.A, 1989. 255 p.

DE LA TORRE, Guillermo. El lenguaje de los símbolos gráficos: Introducción a la comunicación visual. México DF: Editorial Limusa S.A. Grupo Noriega Editores, 1992. 130 p.

ENTREVISTA con Álvaro Calonje, Horticultor de Planta selecta. Santiago de Cali, 18 de octubre de 2006.

ENTREVISTA con Dimas Yaguapaz, Supervisor de jardines de la U.A.O. Santiago de Cali, 30 de agosto de 2006.

ENTREVISTA con Iginio Mercuri y Rubén Hernández, Diseñadores gráficos del Zoológico de Cali. Santiago de Cali, 29 de septiembre de 2006.

ENTREVISTA con Ricardo Castro, Docente de la U.A.O. Santiago de Cali, 15 de enero de 2007.

Flores, jardinería y jardín en INFORJARDÍN [en línea]. Cádiz: Jesús Morales, 2000. [Consultado 5 noviembre de 2006]. Disponible por Internet: www.infojardín.com

GARCÍA PELAYO, Ramón. Pequeño Larouse: en color. México DF: Ediciones Larouse, 1972. 1564 p.

MUNARI, Bruno. Diseño y Comunicación Visual: contribución a una metodología. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A., 1985. 365 p.

Nathan: ME [en línea]. San Francisco, CA: Nathan Shedroff, 1999. [consultado 4 de Enero]. Disponible por Internet: <http://www.nathan.com/me/>

Nathan shedroff: diseno de experiencias [en línea]. Barcelona: Juan C Dursteler, 2001. [Consultado 4 de Enero de 2007]. Disponible por Internet en: <http://www.infovis.net/printMag.php?num=123&lang=1>

PARGA, Manuel: Diseñador Industrial. Conferencia “Diseño de Información” con master en diseño de información / congreso internacional Supervisual Santiago de Cali, 23 de marzo de 2004.

Qué es un arboretum [en línea]. Bogotá: fundación ecoterra, 2004. [consultado 2 de Enero de 2007]. Disponible por Internet en: <http://ecoterra.tupatrocinio.com/patrocinio.cfm/proyecto/70004050061656575367514965674549.html>

RAMÍREZ RAMOS, Mónica y ABELLA DÁVILA, Jairo John. Trabajo de Grado “Sistema Señalético para el Acuaparque de la Caña”. Santiago de Cali, 2006. 53 p. Trabajo de grado (Diseñadores de la comunicación gráfica). Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de Comunicación social. Departamento de Publicidad y Diseño.

WILDUR, Peter; BURK, Michael. Infográfica. Barcelona: Editorial Thames and Hudson LTD, 1998. Versión Castellana Gustavo Gili S.A., 1998. 176 p.

Wikipedia, la enciclopedia libre [en línea]. Florida: Fundación Wikimedia, 2001. [Consultado 10 de Diciembre de 2006]. Disponible por Internet en: es.wikipedia.org/wiki/Hermes

www.educoea.org/Portal/xbak2/temporario1/latitud/cincoelementos.doc [en línea]. Boston: Shari Tishman, 1999. [Consultado 26 agosto]. Disponible por Internet: www.educoea.org/Portal/xbak2/temporario1/latitud/cincoelementos.doc